Свая газета 2015

у дапамогу журналісту мясцовай прэсы

Мінск, 2015

Выданне ў дапамогу журналісту мясцовай прэсы „Свая газета 2015“ выйшла дбаннем Асацыяцыі выдаўцоў рэгіянальнай прэсы „Аб’яднаныя Масмедыі“ з дапамогай Таварыства беларускай школы.

Ці могуць журналісты выказваць свае суб’ектыўныя погляды на старонках газеты? Што даюць рэдакцыі круглыя сталы і як іх рыхтаваць? Што такое медыяадукацыя ў сённяшняй Беларусі? Ці спрыяюць вострыя матэрыялы зменам у мясцовай супольнасці? Як згуртаваць індывідуалістаў у зладжаны рэдакцыйны калектыў? Як кіраваць інтэрнэт-кантэнтам так, каб гэта адпавядала інтарэсам мясцовага выдання? Што агульнага і адрознага ў беларускім і польскім досведзе?

На гэтыя ды іншыя пытанні адказваюць майстры беларускай і польскай журналістыкі.

Зборнік прызначаны тым, хто робіць і чытае мясцовую прэсу.

Змест

„Вячэрні Бабруйск“: газета, у якой ёсць што пачытаць

Святлана Галоўкіна

„Вячэрні Бабруйск“

Журналістам выдання забаронена на старонках газеты выказваць свае суб’ектыўныя погляды ў пытаннях, у якіх яны не з’яўляюцца экспертамі. За іх гавораць самі героі публікацый, а майстэрства журналіста і яго прафесіяналізм палягаюць на тым, каб знайсці такіх людзей і пазнаёміць з імі нашых чытачоў.

Прызы атрымліваць заўжды прыемна. Пагатоў калі яны нечаканыя. Сапраўды, паездка ў Мінск на падвядзенне вынікаў конкурсу „Найлепшая рэгіянальная газета-2014“, фундатарам якога выступае Асацыяцыя выдаўцоў рэгіянальнай прэсы, не абяцала сюрпрызаў. Яшчэ з вечара было вядома, што першае месца ў намінацыі „Фотажурналістыка“ прысуджана карэспандэнту „Вячэрняга Бабруйска“ Аляксандру Чугуеву, з якім мы і выправіліся па ўзнагароду.

Якім жа вялікім было здзіўленне, калі разам з дыпломам па фотажурналістыцы „Вячорка“ атрымала яшчэ два першыя месцы ў намінацыях „Найлепшая сацыяльная акцыя газеты“ і „Культура“, а да таго ж была прызнаная найлепшым рэгіянальным выданнем гэтага года! Вядома, я не буду сцвярджаць, што нашыя журналісты не заслужылі гэтую перамогу. Аднак спецыяльна дзеля яе нічога не рабілася — мы проста рабілі сваю справу ды імкнуліся аб’ектыўна і цікава падаваць чытачам рознабаковую інфармацыю.

…Калі 14 гадоў таму выйшаў першы нумар „ВБ“, мала хто мог дакладна сфармуляваць не толькі мэты і задачы выдання, а і адказаць на пытанне: „Навошта ўвогуле ўсё гэта робіцца?“. Натуральна, хацелася самарэалізацыі ў абранай прафесіі, нармальнага заробку і таго, што прынята называць адпаведным сацыяльным статусам. Бо не сакрэт, што журналіст усё ж такі асоба публічная, і менавіта гэта вабіць многіх маіх калег.

Аднак сёння я магу сказаць, што „Вячорка“ займае сярод мясцовых СМІ асаблівую нішу. Гэта, як кажуць, газета з чалавечым абліччам, якая імкнецца быць карыснай чытачам і дапамагае ім вырашаць розныя праблемы.

Так, былі перыяды, калі рэдакцыя рызыкавала ператварыцца ў філію ЖКГ або службы выратавання. Аднак праз усё гэта трэба было прайсці, каб зразумець — часам без умяшання журналістаў пытанні, з якімі да выдання звяртаюцца звычайныя бабруйчане, вырашыць амаль немагчыма.

Так было са Святланай Якаўлевай, гераіняй аднае з публікацый, якая праз абмежаваныя фізічныя магчымасці з самага дзяцінства вымушана была праводзіць цэлыя дні ў кватэры. У сям'і не было сродкаў набыць сучасны інвалідны электравазок, аднак дзякуючы публікацыі ў „ВБ“ на просьбу аб дапамозе адгукнуліся не толькі гарадскія прадпрыемствы, але і прыватныя асобы. У выніку зараз дзяўчына самастойна перасоўваецца па горадзе, сустракаецца з сябрамі і адкрывае для сябе той дзівосны свет, пра які дасюль мела даволі сціплае ўяўленне.

Менавіта гэты артыкул прынёс газеце адно з прызавых месцаў на конкурсе рэгіянальных выданняў. Што гэта — шчаслівы выпадак ці заканамернасць? Мне цяжка адказаць. Аднак калі верыць у нейкія вышэйшыя сілы, то ніводная добрая справа не застаецца без узнагароды. Нават калі яна выражаецца не ў прызах і граматах, а ў цёплых словах простых людзей.

Як сёння жывецца звычайнай рэгіянальнай газеце? Тыя, хто мае дачыненне да журналісцкай дзейнасці, ведаюць з уласнага досведу, што зусім няпроста. За магчымасць заставацца самімі сабой даводзіцца ахвяроўваць спакойным жыццём, камфортам і нават фінансавым дабрабытам. Пры гэтым мы не лічым сябе апазіцыяй, да якой прынята прыпісваць усе недзяржаўныя сродкі масавай інфармацыі. Больш за тое, журналістам выдання забаронена на старонках газеты выказваць свае суб'ектыўныя погляды ў пытаннях, у якіх яны не з'яўляюцца экспертамі. За іх гавораць самі героі публікацый, а майстэрства журналіста і яго прафесіяналізм палягаюць на тым, каб знайсці такіх людзей і пазнаёміць з імі нашых чытачоў.

Сёння ў „Вячоркі“ хапае праблем і апрача ўнутранай палітыкі рэдакцыі ды фінансаў. Аднак мы імкнёмся рабіць якасны медыйны прадукт, які балансаваў бы паміж неабходнасцю зарабляць грошы і даваць людзям вычарпальную інфармацыю. Шмат гадоў таму „Вячорка“ выходзіла пад дэвізам: „Газета, дзе ёсць што пачытаць“. Гэты рэкламны слоган даўно ўжо знік са старонак выдання, бо кожны бабруйчанін ведае, што калі трэба набыць газету для душы, а не дзеля праграмы і аб'яў, то трэба купляць „Вячорку“.

Не памылюся, калі скажу, што неўзабаве значная частка нашых чытачоў будзе аддаваць перавагу інтэрнэт-версіі выдання. З праблемамі працы ў электронным фармаце сёння сутыкаюцца ўсе без выключэння сродкі масавай інфармацыі не толькі ў Беларусі, але і ў свеце. Кожная рэдакцыя выбірае для сябе ўласны фармат падачы інфармацыі, і зараз наша задача — знайсці такі варыянт, які б дазволіў не толькі захаваць, але і памножыць аўдыторыю. Вядома, зрабіць гэта не так проста, штодзень трэба памятаць і пра больш „зямныя“ справы накшталт таго, дзе ўзяць грошы на друкарню, паперу і журналісцкія ганарары. Тым не менш цяпер сайт „Вячоркі“ сярод гарадскіх СМІ, якія маюць друкаваную версію, можа пахваліцца найбольшай колькасцю наведнікаў.

Калі калегі з іншых выданняў дазнаюцца, што многія нашы журналісты не сядзяць днямі ў рэдакцыі і разам збіраюцца толькі раніцой, гэта выклікае даволі цікавую рэакцыю. Нехта ставіцца да такой працы з асуджэннем, іншыя зайздросцяць. Так, „вячоркаўцы“ маюць поўную свабоду творчасці, за што трэба дзякаваць нашаму рэдактару Наталлі Сысой. І калі на мяне, напрыклад, сыходзіць

натхненне далёка за поўнач, то я магу сябе дазволіць прасядзець за компам да „першых пеўняў“ і не турбуюся пра тое, што зранку трэба з'явіцца ў офісе. Аднак існуе даволі жорсткі дэдлайн, і крый божа камусьці з журналістаў яго праігнараваць! З неабходнасцю працаваць выключна па дэдлайне асабіста мне даводзілася сутыкацца ў многіх расійскіх і ўкраінскіх СМІ, дзе даўно ўжо журналістыка ператварылася ў бізнэс і згубіла свой творчы складнік. Разам з гэтым кудысьці знікла чалавечае стаўленне і да журналістаў, і да абранай прафесіі ўвогуле.

А ў нас нават самыя складаныя праблемы не засланяюць галоўнага — жадання працаваць і атрымліваць ад гэтага задавальненне.

Рэдакцыя ладзіць круглы стол

Зоя Хруцкая, Аляксандра Парахня

„Рэгіянальная газета“

Рэгулярнае правядзенне круглых сталоў дазволіць рэдакцыі не толькі павысіць планку прэстыжу ў вачах чытачоў і прывабіць новую аўдыторыю, але і набіць руку ў абмеркаванні вострых праблем у новым фармаце.

Найперш мы хацелі б пераканаць паважаных калег у тым, што круглыя сталы — вельмі ўдзячны спосаб стаць не проста ўдзельнікам, але ініцыятарам актыўнага грамадскага жыцця.

Рэдакцыя, якая ладзіць круглы стол, узнімаецца на іншы ўзровень — узровень выдання, якое можа праз сваіх герояў даць экспертную ацэнку, сабраць апанентаў і кіраваць іх дыскусіяй, якое не проста агучвае праблемы, а спрыяе іх вырашэнню.

Плюс круглага стала ў тым, што ўсе ўдзельнікі раўнапраўныя, няма адзінага прамоўцы і адзінай правільнай пазіцыі. За сталом можна сабраць людзей, якім складана абмеркаваць праблему ці нават проста сустрэцца па-за межамі рэдакцыі. Таму дыскусія можа быць цікавай і мець практычныя вынікі не толькі для чытачоў, але і для саміх удзельнікаў.

Нават калі ў выніку круглага стала не з'явіцца рашэння для канкрэтнай праблемы, чытач пачуе некалькі пунктаў гледжання і будзе больш рознабакова валодаць сітуацыяй.

На Захадзе круглыя сталы вельмі папулярныя не толькі ў медыя, але і сярод грамадскіх арганізацый, культурніцкіх таварыстваў ды іншых групаў інтарэсаў.

Удзел у адкрытай дыскусіі паляпшае імідж яе ўдзельнікаў: чыноўнік, які прыходзіць у рэдакцыю ці офіс арганізацыі на круглы стол, паказвае сваю адкрытасць, увагу да людскіх праблем, гатоўнасць слухаць іншых ды ісці на кампрамісы.

Як арганізаваць час

Звычайна круглы стол доўжыцца каля 1,5 гадзіны. Гэта аптымальны час, якога хапае і на тое, каб выказаўся кожны, і каб удзельнікі не

паспелі стаміцца. Мы раім падзяляць паседжанне на дзве часткі. Лагічна спыніцца на наступным рэгламенце:

1. Першая частка — *40 хвілін*. Тут варта акрэсліць асноўную тэму круглага стала, агучыць асноўныя пытанні і даць магчымасць кожнаму выказацца. Калі пачынаюцца дыскусіі, іх лепш прыпыніць, пакуль сваю пазіцыю не выкажа кожны.

2. Перапынак — *10 хвілін*. Раім перапынак рабіць абавязкова. Па-першае, гэта час зрабіць званок, калі трэба, схадзіць у прыбіральню, пакурыць ці выканаць іншую неабходную справу. Па-другое, у гэты час могуць перагаварыць тыя ўдзельнікі круглага стала, якія хочуць паспрачацца, але іхная спрэчка не вартая агульнай увагі.

3. Другая частка — *40 хвілін*. Гэта галоўная частка круглага стала, падчас якой пажадана знайсці вырашэнне праблемы, заяўленай у тэме паседжання. Таксама ў гэтай частцы варта задаваць пытанні ад чытачоў.

Выглядае ўсё не так і складана. Папраўдзе так яно і ёсць, але пры адной умове — калі рэдакцыя добра падрыхтуецца. Зараз мы падрабязна апішам кожны этап працы над круглым сталом.

1. Ідэя кола

Першы этап для любой рэдакцыйнай задумы — планёрка. Збірайцеся ўсе і абмяркоўвайце. Ці хочам мы правесці круглы стол?

Тэма

Калі хочам, шукаем тэму. Кіруйцеся прынцыпам мазгавога штурму — запісваем усе магчымыя тэмы, якія прыйдуць у галаву, не крытыкуючы ніводную. Пра што цяпер гавораць у вашым горадзе? Якія тэмы вашага выдання апошнім часам выходзілі ў топ? Якія праблемы хвалююць вас асабіста?

Запісаўшы не менш за дзесяць тэмаў, пачынаем іх абмяркоўваць. Пастарайцеся фармуляваць іх так, каб тэма гучала як пытанне ці праблема, якая патрабуе вырашэння. Знайсці адказ на пытанне больш шанцаў.

Пасля задавайце наступныя пытанні, выкрэслівайце са спісу тэмы, на якія адказваеце „не“.

1. Ці гэта цікава нашым чытачам? У адказе кіруйцеся статыстыкай сайта, партрэтам вашага чытача.

2. Ці гэтая тэма цікавая шырокаму колу не толькі рэальных, але і патэнцыйных чытачоў?

3. Ці зможам сабраць кола гасцей, звязаных з тэмаю з розных бакоў?

4. Ці тэма непасрэдна датычыць нашых чытачоў?

5. Ці зможам падчас круглага стала выпрацаваць прапанову вырашэння асноўнай праблемы?

Тэма, якая засталася ці якую выкраслілі апошняй, становіцца вашым фаварытам.

Пытанні

Ведаючы, пра што і з кім вы будзеце размаўляць, складзіце спіс пытанняў, адказы на якія вы хацелі б пачуць ад запрошаных.

Героі

Цяпер, калі ёсць тэма, можна абраць герояў. Лепш збіраць не больш за сем чалавек, але ўлічвайце, што адзін з іх — прадстаўнік рэдакцыі.

На той жа рэдакцыйнай планёрцы сфармуйце склад прысутных. Склад можа быць прыкладна такі.

1. Каго найперш закранае ваша тэма, хто галоўны герой?
2. Хто ягоны апанент, ад каго залежыць вырашэнне?
3. Калега апанента. Пажадана той, хто працуе ў іншай установе, але выконвае падобныя функцыі. Ён можа падзяліцца досведам, як вырашаў такую праблему ці як бы вырашыў.
4. Хто можа пацвердзіць пазіцыю галоўнага героя?
5. Хто можа ацаніць сітуацыю збоку (незацікаўленая асоба)?
6. Эксперт, які мае досвед у вырашэнні пытанняў, але не заангажаваны канкрэтна ў гэтую сітуацыю.
7. Вядоўца мерапрыемства, прадстаўнік рэдакцыі.

Адказныя

І апошняе пытанне, якое трэба вырашыць на планёрцы, — хто з рэдакцыі за што адказвае.

У кожнага праекта павінен быць кіраўнік. Так і тут — абярыце кіраўніка праекта „Круглы стол X“. Найзручней, калі гэтая ж асоба будзе весці сам круглы стол.

Цяпер падбірайце каманду. Звычайна гэта наступны склад і наступныя абавязкі:

1. Кіраўнік. Фармулюе пытанні героям, дамаўляецца з імі аб прысутнасці, нагадвае некалькі разоў пра круглы стол, узгадняе час.

   Галоўная задача кіраўніка — каб круглы стол адбыўся. Трэба забяспечыць прыход людзей, выпрацаваць праграму, а таксама вызначыць дату і час, зручныя для ўсіх. Паверце, гэта зусім не простыя задачы, таму плануйце мерапрыемства не пазней чым за месяц.

2. Памочнік кіраўніка. Ён сочыць, каб круглы стол добра выглядаў збоку. На памочніка ўскладаюцца тэхнічныя пытанні. У часе падрыхтоўкі памочнік анансуе круглы стол праз ваша выданне, заахвочвае чытачоў задаваць свае пытанні. Рыхтуе таблічкі для запрошаных, набывае ваду ці неабходнае для кава-паўзы.

   Падчас самога круглага стала памочнік прымае пытанні ад чытачоў, калі яны ёсць, і перадае вядоўцу. Памочнік сочыць за часам і паказвае вядоўцу, колькі засталося да перапынку ці да канца мерапрыемства. Калі відавочна, што пара пераходзіць да наступнага пытання ці нехта з герояў займае вельмі шмат часу, варта падказваць такія рэчы.

3. Тэхнічны работнік. Калі ў вас звычайны круглы стол — ён можа фатаграфаваць. Калі анлайн, то гэта аператар. Але ён патрэбны ў

кожным разе, калі спатрэбіцца замяніць памочніка ці вырашыць неспадзяваную праблему.

Гэта мінімальная каманда, якая займаецца арганізацыяй круглага стала. Калі вы паслухаецеся нашай парады і пачняце рыхтавацца за месяц, то вам варта правесці пяць сходаў на тэму круглага стала. Усе, акрамя першага, зоймуць літаральна некалькі хвілін.

Спынімся падрабязна на кожным з іх.

1. Агульнарэдакцыйная планёрка, на якой вызначаеце тэму, герояў, пытанні да іх і працоўную каманду.
2. Сустрэча працоўнай каманды за тры тыдні да падзеі. Вызначаеце дату, герояў, якія пагадзіліся, і ці будзеце весці анлайн. Памочнік кіраўніка па выніках сустрэчы анансуе ваш круглы стол праз выданне і запрашае чытачоў задаваць пытанні.
3. Сустрэча за два тыдні. Тут кіраўнік праекта прапануе праграму круглага стала, рэгламент, удакладненыя пытанні. Каманда абмяркоўвае і карэктуе.
4. На агульнарэдакцыйнай планёрцы за тыдзень да падзеі працоўная група дакладае вынікі працы, прапануе праграму круглага стала. Калегі могуць уносіць апошнія карэктывы.
5. За дзень да круглага стала каманда ўзгадняе, хто што робіць падчас падзеі, правярае тэхнічную падрыхтаванасць (ці гатовая кава-паўза, ці ёсць таблічкі, ці працуе анлайн).

2. Акрэсліваем кола

Палова поспеху праекта — добрая спланаванасць і кантроль.

Кіраўніку праекта варта завесці асобную папку, прысвечаную „Кругламу сталу Х". У ёй трэба захоўваць наступныя файлы:

1. Праграма падрыхтоўкі да круглага стала з дэдлайнамі. Калі каму пазваніць? Калі паставіць анонс? Калі надрукаваць таблічкі? Запішыце ў табліцу кожны з этапаў падрыхтоўкі, адказнага за яго і дэдлайн.

2. Госці. Няхай у вас будзе некалькі кандыдатураў на выбар з тэлефонамі кожнага. Так, каб тэлефоны заўсёды былі пад рукой. Дамовіўшыся з героем за месяц, пазваніце яму яшчэ двойчы і нагадайце пра дату і час. Пажадана пазваніць напярэдадні ці ў дзень самога мерапрыемства.

3. Размяшчэнне герояў за сталом. Нават калі ваш круглы стол літаральна не круглы, варта добра падумаць, каго пасадзіць як суседзяў, а каго — вочы ў вочы.

   Калі знаёмыя ці прыязныя адно да аднаго асобы будуць сядзець побач, то ў размове будуць адчуваць сябе вальней і з большай ахвотай выказваць сваю думку.

4. Праграма круглага стала. У ёй вядоўца запісвае, якія пытанні ў якой чарговасці задае.

Што рабіць у выпадку непрыемных нечаканасцяў

Нават калі вы трымаліся папярэдніх парадаў, сам круглы стол будзе выклікаць зразумелае хваляванне. Нехта з герояў у апошні момант можа з'ехаць у камандзіроўку, ваша тэхніка для анлайн можа паламацца, а вядоўца захварэць.

Напэўна, гэта галоўныя беды, якія могуць здарыцца. Разважма, як можна вырашыць кожную з іх.

Не хапае герояў. Памятаеце, мы прасілі запісаць некалькі кандыдатураў на выбар? Самы час іх скарыстаць. Магчыма, хтосьці зможа замяніць госця, які не прыйдзе. Калі не — патлумачце прысутным прычыну праблемы. Гэта не ваша віна.

Праблемы з тэхнікай. Вы планавалі анлайн, але камера паламалася. Зрабіце звычайны артыкул, калі магчыма — відэа, але не анлайнавае. Абавязкова апублікуйце на сайце паведамленне для чытачоў, якія спадзяваліся на анлайн.

Неспадзяванка з вядоўцам. Калі ваш кіраўнік вёў дакументацыю, як мы рэкамендуем, праблемы няма. Правесці круглы стол паводле гатовага плану зможа кожны калега.

Пастарайцеся добра выспацца напярэдадні, а раніцай выдаткаваць час на тое, каб добра выглядаць. Няхай калегі ацэняць ваш выгляд з бакоў і са спіны. Акуратнае і прыемнае аблічча падорыць вам энергію і ўпэўненасць у сабе. А вы, каманда круглага стала, у гэты дзень — аблічча свайго выдання.

3. Кола замкнулася

Праблемы вырашаныя, госці сядзяць на сваіх месцах, пачынаецца круглы стол. Удыхніце, усміхніцеся і пачынайце!

Праграма круглага стала

1. Павітайцеся, назавіце тэму і кожнага з удзельнікаў.
2. Агучце агульную праблему і дайце кожнаму магчымасць выказаць пазіцыю.
3. Час для дадатковых пытанняў, якія вы падрыхтавалі.
4. Перапынак.
5. Працяг дадатковых пытанняў.
6. Адказы на пытанні ад чытачоў. Гэта найважнейшы этап, які дазваляе вашым чытачам адчуць унікальную магчымасць — атрымаць адказ на сваё пытанне, асабліва калі вы ладзіце анлайн.

7. Падсумаванне сказанага. Кожнаму трэба даць магчымасць выказаць канчатковую пазіцыю.
8. Падсумаванне сустрэчы ад вядоўцы.

Круглыя сталы „Рэгіянальнай газеты“

Для беларускай недзяржаўнай „Рэгіянальнай газеты“ круглыя сталы — выдатная магчымасць сабраць бакі, якія маюць супрацьлеглыя погляды ці ад якіх залежыць вырашэнне пэўнага пытання.

Прывядзем два прыклады, каб вы больш упэўнена пачуваліся, рыхтуючы свае праекты.

„Круглы стол па музычнай адукацыі“

Гэта выдатны прыклад для першага круглага стала. Тэма праблемная, але не вельмі вострая. Тычыцца не кожнага, але шырокага кола чытачоў. Арганізаваць падзею цалкам рэальна. Акрэсліць праблемы і знайсці верагоднае рашэнне магчыма.

Мы вельмі акуратна выбіралі суразмоўцаў, зважаючы на іх асабістыя якасці. Напрыклад, адзін з галоўных прадстаўнікоў музычнай сферы нашага рэгіёна — вельмі яскравая асоба, якая забірае як

шмат увагі, так і шмат часу для сваіх прамоваў. Такім персонам варта падбіраць ці суразмоўцаў падобнай яскравасці, ці запрашаць на індывідуальнае інтэрв’ю. І хаця гэтая асоба паводле дасведчанасці ў тэме была вартая пяці іншых, мы адмовіліся ад яе. Чаму? Бо круглы стол — гэта дыскусія, агучванне і абмеркаванне праблемаў. Тут галоўнае — аб’ект, а не суб’ект.

Мы выбралі сваёй тэмай „Для чаго патрэбна музычная адукацыя і як заахвоціць дзяцей вучыцца“. Запрасілі паспяховага эстраднага спевака і музыканта, выкладчыка музыкі, дырэктара музычнай школы, барда і выкладчыка музыкі ў цэнтры пазашкольнай работы, дудара і выкладчыка музыкі, а таксама выпускніка музычнага каледжа. Вы можаце ўбачыць відэа на нашым сайце (www.rh.by/by/281/20/8939/), а таксама публікацыю па выніках падзеі (www.rh.by/by/282/10/8974/).

Вы зможаце ўбачыць, што ў каментарах чытачы задавалі пытанні (напрыклад: „Ці варта пачынаць вучыць нотную грамату, калі табе ўжо за 25? У школе дачка не хацела займацца музыкай, яе і не прымушалі. А цяпер вельмі хочацца ёй і на інструменце іграць, і спяваць“). Будзьце гатовыя, што пакрытыкуюць і арганізатараў (напрыклад: „Чаму на круглы стол не запрасілі ніводнай жанчыны? Хіба няма сярод іх музыкаў?“)

„Круглы стол аб праблемах футбола“

У кожнай мясцовасці ёсць праблема, якая вельмі жыва абмяркоўваецца. Адна з такіх тэмаў для нашых чытачоў — футбольная каманда, якая, на думку футбалістаў, недастаткова фінансуецца.

Мы не маглі абысці гэтую тэму і сабралі круглы стол. Запрасілі дырэктара футбольнага клуба, заснавальніка клуба, футбаліста, начальніка аддзела спорту райвыканкама, дырэктара гарадскога стадыёна, дырэктара дзіцяча-юнацкай школы, футбольнага заўзятара.

Хаця некаторыя госціі паддаліся эмоцыям, усе паводзілі сябе прыстойна, адказвалі на пытанні, вялі дыялог. Можаце пабачыць: www.rh.by/by/224/10/6632/ .

Падчас рыхтавання гэтай дыскусіі ўзнікла дробнае, але важнае пытанне: як напісаць імёны ўдзельнікаў на таблічках, каб захаваць пры гэтым адзіны стыль? У выніку вырашылі і прадстаўнка райвыканкама, і футбольнага заўзятара назваць паводле формы „прозвішча, імя, імя па бацьку“. Важна, каб вядоўца не забываўся на гэтую аднастайнасць падчас дыскусіі, не звяртаўся да аднаго з удзельнікаў „Іван Іванавіч”, а да другога — „Пашка“.

Анлайн. Тэхнічны бок

Каб яшчэ бліжэй далучыць да круглага стала чытачоў, не проста запрашайце іх дасылаць каментары, а зрабіце круглы стол анлайн. Зусім іншыя адчуванні, калі ты бачыш тое, што адбываецца, у рэальным часе, тут жа дасылаеш каментар, і тут жа табе на яго адказваюць.

Тэхнічна рэалізаваць гэта вельмі проста. Мы ведаем два спосабы.

1. Праз акаўнт на відэахостынгу youtube.com. Вам будзе прасцей разабрацца, калі вы прагледзіце любое відэа на гэтым рэсурсе на тэму „Як зняць наўпроставы эфір для Youtube“. Вам пакажуць, якія кнопкі ў якім месцы націскаць, нашмат больш зразумела, чым калі б мы апісвалі гэта ў падручніку. Пакуль што мы не праводзілі трансляцыі праз гэты канал.

2. Другі рэсурс, якім карысталіся мы, — гэта bambuser.com.

Для здымкаў вам спатрэбіцца добрая камера, якая мае выхад у інтэрнэт. Мы адмыслова для гэтага набылі мабільны тэлефон iPhone. Выдатна, калі вы набудзеце таксама падстаўку, якая пазбавіць вас неабходнасці трымаць прыладу 40 хвілін, не варушачыся.

Такім чынам, роля вядоўцы падчас анлайну не мяняецца. Тэхнічны работнік сочыць за здымкай, мяняе ракурс камеры. Памочнік кіраўніка сочыць, як трансляцыя паказваецца на сайце, уносіць карэктывы, сочыць за рэакцыяй чытачоў.

4. Стварыце сваё кола

Спадзяёмся, што нашыя парады зробяць ваш першы круглы стол простым у рыхтаванні і цікавым па змесце. Каб натхніць вас, прапануем некалькі тэмаў для такой падзеі. Абавязкова абмяркуйце іх разам з іншымі на вашай планёрцы адпаведна прынцыпу пяці адказаў „не“, як мы раім вышэй.

1. Праблема беспрацоўя ў горадзе ці рэгіёне. Што рабіць тым, хто не можа ўладкавацца на працу?

2. Бадзяжныя жывёлы. Як спалучыць бяспеку на вуліцы з гуманным стаўленнем да жывёл?

3. Ці прывабны наш горад для моладзі (пажылых людзей, маладых сем'яў)? Якіх пляцовак не хапае, у чым могуць дапамагчы выканкам ці прыватныя прадпрыемствы?

4. „Грашовыя паборы“ ў школах і дзіцячых садках. Дзе мяжа паміж „павінны“ і „па ўласным жаданні“?

5. Догляд за пажылымі людзьмі. Праблема недахопу месцаў у спецыяльных установах ці нежаданне дзяцей даглядаць пастарэлых бацькоў?

6. Як зрабіць наш горад зручным для ўсіх? Дыскусія людзей з абмежаванымі магчымасцямі, маладых мам, раварыстаў ды іншых з камунальнымі службамі.

7. Праблема алкаголю і лёгкіх наркотыкаў сярод моладзі.

8. Байкеры ці графіцісты. Як ім выяўляць сябе, не замінаючы пры гэтым іншым жыхарам?

9. Умовы ў радзільнях. На што скардзяцца маладыя мамы і ці ў сілах радзільні гэта змяніць?

10. Праблема мясцовага турызму. Як зарабіць грошы на адметнасцях нашага рэгіёна і хто павінен гэтым займацца?

Кожная з гэтых тэмаў дастасуецца да праблем менавіта вашага рэгіёна, да іх не будзе складана падабраць удзельнікаў з супрацьлеглымі пунктамі гледжання.

Каб знайсці вартую тэму, часам трэба проста прагледзець першыя старонкі вашага выдання за апошнія пару месяцаў. Гэта дасць вам карцінку найважнейшых падзей і праблем.

Рэгулярнае правядзенне круглых сталоў дазволіць рэдакцыі не толькі павысіць планку прэстыжу ў вачах чытачоў і прывабіць новую аўдыторыю, але і набіць руку ў абмеркаванні вострых праблем у новым фармаце.

Паспяховых вам дыскусій і цікавых суразмоўцаў!

Медыяадукацыя: каб медыя не маніпулявалі асобай

Тамара Мацкевіч

Таварыства беларускай школы

Мэта медыяадукацыі — выпрацаваць звычку задаваць пытанні і развіць уменні выказвацца, каб людзі ўмелі крытычна мысліць, эфектыўна дамаўляцца міжсобку і былі актыўнымі грамадзянамі.

Святлана Алексіевіч — Нобелеўская лаўрэатка ў літаратуры, якая даследавала „чырвонага чалавека“, піша, што ўся постсавецкая прастора ўвесь час знаходзіцца ў стане вайны. Імперыя не можа, не ўмее, не хоча жыць без вайны. Сёння імперыя зла вядзе інфармацыйную вайну на ўсіх сваіх былых тэрыторыях.

Беларусь як ніхто іншы гэта адчувае, бо знаходзіцца пад уплывам расійскіх медыя. У пакеце, які дае кабельнае тэлебачанне, няма ніводнага канала суседніх краінаў, акрамя расійскіх каналаў. На тое, што робіцца ва Украіне, Польшчы, Літве, ды і самой Беларусі,

большасць беларусаў глядзяць расійскімі вачыма праз расійскія тэлеканалы і прэсу. Людзі часта не ўсведамляюць, што жывуць у каралеўстве крывых люстэрак. У іх ствараецца штучнае ўяўленне, што яны інфармаваныя і адкрытыя свету, аднак яны атрымліваюць інфармацыю, апрацаваную расійскай прапагандай пад свае патрэбы — патрэбы не нашай краіны, не беларусаў. Што з гэтага можа атрымацца — паказала Украіна.

Вялікую колькасць украінцаў з дапамогаю расійскай прапаганды мэтанакіравана „апрацавалі“ так, што яны праз 20 год жыцця ў незалежнай краіне не ўведалі, дзе жывуць. І калі спатрэбілася ўсходнім гаспадарам, тыя людзі выступілі на баку агрэсара пад расійскімі сцягамі. Пры гэтым патрабавалі, каб сацыяльныя выплаты, пенсіі ім плаціла Украінская дзяржава, ад якой яны нібыта аддзяліліся, супраць якой ваююць, і шчыра здзіўляліся, калі гэтага не атрымлівалі.

Гэта прыклад, што ўслед за інфармацыйнай вайной можа пачацца сапраўдная: з крывёю ды ахвярамі. Уцекачы з Данбасу пацягнуліся ў Беларусь, бо тыя ж каналы ім казалі, што Беларусь — гэта частка СССР. Яны наіўна патрабавалі тут паставіць іх у чаргу на бясплатнае жыллё, думалі, што ў нас няма беспрацоўя… Міфы руйнуюцца, але разам з імі руйнуюцца лёсы і жыцці людзей.

Адукацыйная місія журналіста

Журналіст у Беларусі — больш чым журналіст. Пагатоў журналіст незалежнага выдання. У нашых варунках ён і абаронца, ён і адукатар.

Медыяадукацыя як самастойная адукацыйная галіна ўзнікла параўнальна нядаўна. ***Мэта медыяадукацыі — выпрацаваць звычку задаваць пытанні і развіць уменні выказвацца, каб людзі ўмелі крытычна мысліць, эфектыўна дамаўляцца міжсобку і былі актыўнымі грамадзянамі.***

Ва ўсіх краінах ва ўмовах інфармацыйнага грамадства медыяадукацыйныя кампетэнцыі выходзяць па важнасці на першыя месцы: гэта найперш навыкі крытычнага мыслення, уменне супрацьстаяць маніпуляцыям СМІ і рэкламы, адказнае карыстанне інтэрнэтам. Аднак у нашых умовах няма незалежных судоў, каб прыцягнуць несумленныя медыя да адказнасці за няпраўду. Дзяржава сама зацікаўленая ў гадаванні паслухмянага насельніцтва з дапамогай як несвабоднай адукацыі, так і закладання ў свядомасць патрэбных ёй стэрэатыпаў праз медыя. Таму медыяадукацыя насельніцтва становіцца „справай саміх тапельцаў“ і пытаннем выжывання нацыі.

Настаўніца Галіна Сухава піша:

„Нашы дзеці перастаюць сумнявацца ў тым, што праўда, а што мана, перастаюць быць крытычнымі да сябе і свету, яны проста знаходзяцца ў лавіне інфармацыі і „спажываюць“ у першую чаргу найбольш камфортную для засваення — так бы мовіць, „лёгкакаларыйную“. Яны вераць паведамленням электроннай пошты, адгукаюцца на просьбы „клікнуць“, адасланць нумар мабільнага тэлефона. Мы не чакалі, што тэхнічная ўзброенасць нашых вучняў так імкліва будзе абганяць крытычнае разуменне імі таго, што яны запісваюць на дыктафоны, на фотакамеры, і як гэта можа быць успрынята іншымі. Мы прайграем нашым дзецям у тэхнічным валоданні інфармацыйнай прасторай, аднак можам выйграць бой з неправеранай інфармацыяй, калі навучым нашых дзяцей крытычна мысліць. І тут кожны настаўнік павінен мець сваю стратэгію вядзення гэтага бою“.

У Швецыі медыяадукацыйны кірунак школы фінансуе Асацыяцыя шведскіх газет. Там лічаць, што выхаванне пісьменнага чытача дазволіць у будучыні захаваць якасныя выданні. Таму журналісты дапамагаюць настаўнікам у выхаванні медыйнай пісьменнасці.

Нашы журналісты таксама павінны клапаціцца пра будучыню сваіх выданняў. Толькі медыйна адукаваны чытач можа быць паўнавартасным спажыўцом незалежнай прэсы.

Для пачатку прапаную засяродзіцца на двух кірунках: навіннай пісьменнасці і навучанні распазнаваць маніпуляцыі ў СМІ ды рэкламе.

Навінная пісьменнасць, ці Як знайсці ў навінах праўду

Ёсць просты спосаб навучыць уменню арыентавацца ў медыйнай прасторы: выпрацаваць звычку задаваць сабе канкрэтныя пытанні, пералічаныя ў табліцы ніжэй. Іх можна адаптаваць ці мяняць з улікам аўдыторыі і мэтаў навучання. Не ўсе пытанні задаюцца да кожнага медыя-паведамлення, а часам пытанні маюць больш за адзін адказ. Каб чытач мог лягчэй выпрацаваць звычку даваць адказы, заснаваныя на фактычных звестках, амаль кожнае пытанне павінна суправаджацца доказам: **Чаму вы так лічыце? Што вымушае вас так думаць?** Канчатковая мэта — навучыць чытача задаваць гэтыя пытанні для сябе.

Прапануйце свайму чытачу задаваць наступныя ключавыя пытанні пры чытанні навінаў:

АЎТАРСТВА І АЎДЫТОРЫЯ	АЎТАРЫ	Хто гэта зрабіў?
	МЭТЫ	Навошта гэта было зроблена? Чаго хацелі ад мяне аўтары? Каму адрасавана пасланне і чаму вы так думаеце?
	ЭКАНОМІКА	Хто за гэта заплаціў? Каму належыць выданне?
	УЗДЗЕЯННЕ	Хто можа атрымаць карысць ад гэтага паслання? Каму можа быць прычыненая шкода? Ці карыснае гэта паведамленне мне і людзям, падобным да мяне? Што апавядальнік хоча, каб я запомніў?
	АДКАЗ	Што я магу зрабіць у адказ на гэтае паведамленне?
ПАВЕДАМЛЕННЕ І ЗНАЧЭННЕ	ЗМЕСТ	Пра што гэтае паведамленне (і што прымушае мяне так думаць)? Якіх высноваў ад мяне хацелі? Якія ідэі, каштоўнасці, інфармацыя і/ці пункты гледжання даносяцца ці навязваюцца? Што важнае засталося недасказаным?
	МЕТАДЫ	Якія тэхнікі данясення інфармацыі выкарыстоўваюцца і чаму? Як гэтыя тэхнікі стасуюцца з тэмай?
	ІНТЭРПРЭТАЦЫЯ	Ці могуць розныя людзі зразумець гэтае паведамленне па-рознаму? Як я зразумеў (-ла) гэтае паведамленне і што я даведаў(-ла)ся пра сябе, зыходзячы з маёй рэакцыі або тлумачэння?

РЭПРЭЗЕНТА-ТЫЎНАСЦЬ І РЭАЛЬНАСЬЦЬ	КАНТЭКСТ	Калі паведамленне было падрыхтаванае? Пры якіх абставінах? Дзе і як распаўсюджанае?
	ДАВЕР	Гэта факт, чыёсьці меркаванне, інтэрпрэтацыя ці нешта яшчэ? Наколькі праўдападобна гэта (і чаму я так мяркую)? Якая крыніца інфармацыі, ідэй або сцверджанняў? Ці можна давяраць гэтай крыніцы?

Карысна таксама даць чытачу канкрэтныя парады наконт выяўлення ў навінах праўды. Мінуў той час, калі выбар быў абмежаваны некалькімі часопісамі, „цэнтральнымі“ газетамі і трыма-чатырма тэлеканаламі, дзе дыктары, да якіх быў давер, распавядалі пра падзеі дня ў адзін і той жа час штовечар. Але праблемы такой сістэмы сталі відавочнымі, калі з’явіліся новыя медыя. Стала вядома, што аўтарытарныя краіны кантралююць і цэнзуруюць інфармацыю, выкарыстоўваюць несвабодныя СМІ для маніпулявання масавай свядомасцю, фармавання грамадскай думкі пад патрэбы кіроўнай клікі. Падзенне даверу да афіцыйных сродкаў масавай інфармацыі прывяло да таго, што іншыя медыя сталі паспяхова змагацца з афіцыйнымі СМІ, апісваць падзеі з розных бакоў. Са з’яўленнем інтэрнэту вырасла колькасць інфармацыі і меркаванняў. А сацыяльныя сеткі, блогі і анлайн-відэа зрабілі кожнага чалавека патэнцыйным журналістам.

Розныя крыніцы могуць супярэчыць адна адной не толькі ў меркаваннях, але і ў фактах. Такім чынам, як знайсці ў навінах праўду ці нешта блізкае да яе?

Дэйман Браун сфармуляваў парады чытачам наступным чынам:

„Адзін з найлепшых спосабаў — знайсці першакрыніцу інфармацыі, якую не паспелі змяніць. Замест артыкулаў з тлумачэннем навуковых фактаў ці палітычнай прамовы — адшукаць самі факты ці прамову і самастойна зрабіць высновы.

Каб быць у курсе падзеяў, сачыце за рэпарцёрамі сацыяльных медыя. Падчас важных падзеяў, як „Арабская вясна“ ці супрацьстаянні ва Украіне, рэпарцёры і блогеры публікуюць паведамленні з гушчы падзеяў.

І хаця шмат з гэтага з'явіцца потым у артыкулах ці перадачах, памятайце, што там будуць апрацаваныя версіі: спалучэнне інфармацыі ад сведак падзеяў з меркаваннем рэдактара, які сведкам не з'яўляецца.

Падчас тэрарыстычных атак ці стыхійных бедстваў СМІ стараюцца забяспечыць бесперапынную плынь навінаў з месца падзеяў нават пры адсутнасці верагоднай інфармацыі, скажаючы падзеі, часам вінавацячы невінаватых людзей. У такіх выпадках складана

стрымацца, але старайцеся правяраць абнаўленні хіба некалькі разоў на дзень, а не кожныя 5 хвілін, даючы час на зняпраўджанне выдуманых падзеяў і праверку фактаў.

Хаця сапраўдная журналістыка імкнецца да аб’ектыўнасці, перадузятасць СМІ непазбежная. Калі вы не можаце знайсці першакрыніцу інфармацыі, пачытайце некалькі версій падзеі ад розных рэпарцёраў і СМІ; атрымаўшы інфармацыю з розных крыніц, вылучыце адрозненні і складзіце сваё меркаванне.

Вельмі важна адрозніваць факты ад меркаванняў. Такія фразы, як „думаю“, „хутчэй за ўсё“, „магчыма“, азначаюць, што аўтар асцярожнічае ці наогул проста здагадваецца.

Асцерагайцеся навінаў, якія ідуць ад ананімных крыніц. За імі могуць стаяць людзі, якія не валодаюць інфармацыяй ці маюць свае інтарэсы. Ананімнасць пазбаўляе ад адказнасці за пададзеную інфармацыю.

І, нарэшце, самае галоўнае. Правярайце навіну перад тым, як яе распаўсюдзіць. Сацыяльныя СМІ дазваляюць даведацца праўду хутчэй, але яны таксама спрыяюць распаўсюду чутак і могуць перадаваць падманную інфармацыю яшчэ доўгі час пасля яе абвяржэння. Перад тым як падзяліцца неверагоднай ці шакавальнай навіной, пашукайце дадатковую інфармацыю ці нюансы, якія вы маглі прапусціць, а таксама даведайцеся, што пра гэта кажуць іншыя.

Сёння мы як ніколі незалежныя ад афіцыйных СМІ, якія кантралявалі паток інфармацыі, можам фармаваць уласнае бачанне і сачыць за тым, каб плынь не стала патопам, пакінуўшы нас менш інфармаванымі, чым мы былі раней“.

Вядома, да гэтага тэксту можна дадаць і парады, спецыфічныя для Беларусі. Прыкладам, каб пазбавіцца рызыкі псіхалагічнага ўздзеяння, беларусам лепш не глядзець каналы, якія ўжываюць брудныя тэхналогіі. Пра гэта журналісты ведаюць больш, чым адукатары, і змогуць самастойна сфармуляваць рэкамендацыі для свайго чытача.

Як медыя могуць маніпуляваць

У свеце не знойдзецца чалавека, які хаця б аднойчы не стаў ахвярай маніпулявання. Якімі б разумнымі і адукаванымі мы сябе ні лічылі, кожны ўспомніць, як не раз, не два і нават не дзесяць ён паддаўся на ўгаворы махляра, варажбіткі ці экстрасэнса, паверыў рэкламе, прапагандзе. І добра, калі можна проста забыцца на непрыемны эпізод, але часам ён даволі сур’ёзна ўплывае на наша жыццё. А каб супрацьстаяць гэтаму, паспрабуем разабрацца, як дзейнічае механізм „прамывання мазгоў“.

Пры маніпуляванні масавай свядомасцю фізічных метадаў не ўжываюць, але ў ход ідзе псіхалагічны „трохкрокавы" механізм:

- адключыць рацыю (знізіць крытычнасць мыслення),

- выклікаць страх (стварыць пагрозу),

- падчапіць чалавека на кручок выратавальніка (прапанаваць выйсце).

Упершыню тэрмін „brainwashing" ужыў у сваім сенсацыйным артыкуле, апублікаваным у 1950 годзе ў „Miami News", журналіст (і супрацоўнік аддзела прапаганды ЦРУ) Эдвард Хантэр. Ён літаральна пераклаў на ангельскую кітайскі выраз [xǐnǎo] ‘прамываць мазгі': так казалі пра метады прымусовага пераканання, якімі ў кітайцаў, выхаваных яшчэ ў дакамуністычную эпоху, выкаранялі „феадальны" склад мыслення.

● ***Адключыць рацыю***

Звычайна чалавек досыць крытычна ўспрымае інфармацыю. Людзі інстынктыўна супраціўляцца новаму, нічога адразу не прымаюць на веру. Мы старанна разглядаем чаравікі, якія збіраемся купіць, нюхаем ежу, перш чым пакласці яе ў рот, з падазрэннем ставімся да незвычайных навін: „Ды нічога такога не бывае". Але пры замбаванні наша ratio ўжо не працуе, і мы гатовыя паверыць у што заўгодна. Чаму? Нашага рэалістычна настроенага „дарослага" ператвараюць у „перапуджанае дзіця". У нас „адключаюць" крытычнасць і ўсе

іншыя сродкі псіхалагічнай абароны асобы. І мы пачынаем аперараваць вобразамі і псеўдафактамі штучна створанай і навязанай нам сацыяльнай міфалогіі. Як казаў Казьма Пруткоў, „многія людзі падобныя да каўбас: чым іх напхаюць, тое і носяць у сабе“.

Каб адключыць логіку, чалавека трэба або спалохаць, або здзівіць, або ўвесці ў стрэс, або, наадварот, „расслабіць яму мазгі“ жаўцізной. Даследаванні паказалі, што спажыўцы жоўтай прэсы цікавяцца палітыкай нашмат менш, чым тыя, хто зусім прэсы не чытае.

Да таго ж эфект адключэння розуму можа адбыцца ад рэзкай экспрэсіўнай прамовы без дыялогу (узгадайце „селектарныя нарады“ Лукашэнкі), ад яскравай эмацыйнай асацыяцыі (фальшывая гісторыя „распятага хлопчыка“), шматразовых паўтораў, падачы інфармацыі такім чынам, каб яна выклікала шмат эмоцый — ад жаху да захаплення.

Трэба падштурхнуць чытача незалежных медыя задумацца: чаму ў праграме тэлебачання так шмат серыялаў, КВНаў, у газетах — крымінальнай хронікі? Чаму галоўны станоўчы герой тых серыялаў, якія мэтанакіравана круцяць на тэлебачанні, — як правіла, расійскі „спецназавец“ ці іншы чалавек у форме? Чаму беларусы не бачаць сябе нават у тых серыялах, якія здымаюцца ў Мінску? Чаму беларусаў прымушаюць жыць у рускамоўнай інфармацыйнай прасторы, у той час як расійскія медыя ўвайшлі ў падручнікі як прыклад валодання наймацнейшымі і амаральнымі сродкамі маніпулявання?

● ***Выклікаць страх***

Як ператварыць дарослага рацыянальнага чалавека ў даверлівае дзіця? Стварыўшы пагрозу ягоным базавым патрэбам. Жорсткі прыклад — прамыванне мазгоў амерыканскім палонным у карэйскіх лагерах або людзям, якія трапілі ў секты. Спачатку чалавека ізалююць ад звыклага асяроддзя і альтэрнатыўных крыніц інфармацыі, каб былыя ўстаноўкі і перакананні не падмацоўваліся звонку і ахвяра трапіла ў поўную залежнасць ад новых гаспадароў.

Далей надыходзіць чарга жыццёва важных патрэбаў чалавека: яго пазбаўляюць ежы, сну, элементарных выгод. Даволі хутка ён становіцца бездапаможным: калі не задавальняюцца базавыя патрэбы, каштоўнасці і перакананні адыходзяць на другі план. Калі „аб’ект“ цалкам, фізічна і духоўна, знясілены, гаспадары пачынаюць „укладаць“ яму новыя „ісціны“. За добрыя паводзіны — адмову ад ранейшых поглядаў — пакрысе выдаюць ежу, дазваляюць спаць, паляпшаюць ўмовы. Паступова чалавек прымае новую сістэму каштоўнасцяў і згаджаецца супрацоўнічаць.

Галоўнае — любым спосабам прымусіць нас баяцца. Чаго заўгодна: бяссонніцы, голаду, фашызму, пагрозы дзецям. Страх гэты абсалютна ірацыянальны, але запалоханыя людзі пойдуць на ўсё, нават на тое, што ім нявыгадна. Напрыклад, дастаткова проста вымавіць загавор „міжнародны тэрарызм“ — і мы ўжо не пратэстуем, калі ў аэрапорце нас абшукваюць, прымушаюць разувацца і выварочваць кішэні, або прыгразіць стратай працы — і чалавек гатовы фальсіфікаваць выбары.

Маніпуляцыя свядомасцю выкарыстоўвае гульню на пачуццях, зварот да падсвядомасці, страхаў і забабонаў, а яны ёсць у кожнага з нас. Як зброю выкарыстоўваюць нацыянальныя стэрэатыпы, міфы. У кожнага народа ёсць нешта, што можна націснуць, за што зачапіць. Кожны народ чагосьці баіцца. Расейцы, напрыклад, — фашыстаў. За гэтым словам — мільёны загінулых, нянавісць да ворагаў, якія „сожгли родную хату, сгубили всю мою семью“, нешта страшнае. І кантэкст ужо не мае значэння. Гэты ключык адчыняе дзверы падсвядомага, актуалізуе страхі, цісне на болевыя кропкі. Асабліва гэта дзейнічае на людзей з больш развітым правым паўшар’ем: гэта пераважна жанчыны, малаадукаваныя мужчыны, дзеці.

Б’юць у мэту і „мёртвыя словы“, розныя залежна ад выпадку. У прапагандзе гэта „фашысты“, „бамбёжкі“, „хунта“, „вайна“, „пятая калона“. У рэкламе — „бяссонніца“, „боль“, „смага“. У варажбітке іншы набор: „замова на смерць“, „вянок бясшлюбнасці“, „радавы праклён“. Чалавека нібы заганяюць у вузкую прастору, у якой няма месца аргументацыі, дзе ў ход ідуць „ярлыкі“, інфантыльныя абароты, дзе рэчаіснасць тлумачаць простымі „дзіцячымі“ формуламі. „Мёртвыя словы“ не разлічаны на крытычнае ўспрыманне. Яны павінны запусціць пэўную эмацыйную рэакцыю: страх, адчуванне пагрозы.

Не трэба думаць, што ў адной краіне такое магчыма, а ў іншай — не. Вядома, дзесьці людзі ў цэлым больш „дарослыя“, яны рацыянальныя, лепш разумеюць свае правы. А дзесьці больш інфантыльныя, зазнаюць уздзеянне, жывуць міфамі, эмоцыямі, маюць „дзіцячую“ свядомасць. Наш народ у большай ступені адносіцца да

„дзіцячага“ тыпу. Да таго ж мы шматкроць „параненая“ нацыя, у нас шмат рэальных страхаў: голад, рэпрэсіі, рэвалюцыі, войны.

● ***Падчапіць на кручок выратавальніка***

Чалавека напалохалі, пазбавілі духу і здольнасці крытычна мысліць. І калі ён ужо адчувае сябе ахвярай і шукае выратавання, з’яўляецца „выратавальнік“. І чалавек гатовы выконваць ягоныя любыя загады.

Гэтая тэхніка добра распрацаваная ў „варажбітак“. Іхныя ахвяры аддаюць ім усё добраахвотна. „Як жа так? Мне пагражалі нажом або пісталетам?“ — па часе маючы розум, дзівіліся разумныя людзі. Фокус просты. Спачатку „варажбітка“ прываблівае да сябе ахвяру. Потым раптам „заўважае“ „псаванне“, „вянок бясшлюбнасці“, „сурокі“ і „страшную хваробу“. Кожны спалохаецца, а ў стане афекту мы лёгка паддаемся намовам. У гэты момант „варажбітка“ ператвараецца ў „выратавальніцу“: „Твайму гору дапамагчы няцяжка. Пазалаці ручку“. І далей яна можа рабіць з чалавекам усё што захоча.

Сутыкнуўшыся з цяжкасцямі, мы шукаем простых адказаў ды імкнемся выправіць сітуацыю простымі дзеяннямі, у тым ліку зусім неабгрунтаванымі. У рэкламе „выратаванне“ таксама прапануюць праз псеўдалогіку, выбудоўванне прычынна-выніковай сувязі паміж з’явамі, якія не маюць нічога агульнага: будзеш піць гэтую каву — станеш багатым, жаваць гэтую жуйку — спадабаешся дзяўчатам, мыць бялізну гэтым парашком — і муж ніколі не пойдзе да іншай.

Прапаганда „працуе“ гэтаксама. Нас палохаюць тым, ад чаго па-сапраўднаму страшна: войнамі, фашызмам, хунтай, забітымі, параненымі. І на фоне ўсяго гэтага кашмару паказваюць — вось ён, шлях выратавання: напрыклад, стварыць моцную дзяржаву, якая абароніць, якой усе астатнія баяцца, ці прагаласаваць „за стабільнасць“ і ейнага гаранта.

Людзей у масе лягчэй падмануць, чым кожнага паасобку. Людзі ўплываюць адзін на аднаго, заражаюць адзін аднаго сваімі эмоцыямі. Асабліва заразлівая паніка...

Менавіта таму ўплыў на аднаго чалавека патрабуе асаблівага прафесіяналізму, а ў масах заражэнне адбываецца імгненна — цяжка выстаяць, калі ўсе вакол паводзяць сябе пэўным чынам. Эфект натоўпу дае вынік, нават калі кожны сядзіць перад сваім асобным тэлевізарам.

Як ні парадаксальна, але тыя ж метады прымяняюцца ў рэкламе. Вядома, нас не пазбаўляюць ежы, вады ці сну, але апускаюць ва ўяўны свет голаду, смагі, недахопу неабходнага — чым больш таленавітыя рэклама, праўдзівыя вобразы людзей, змучаных недасыпам, сэксуальнай незадаволенасцю, голадам, смагай, тым прасцей мы ператвараемся ў „перапуджанае дзіця“ і падпарадкоўваемся ўладзе таго, хто пазбавіць нас ад пакут з дапамогай, напрыклад, бульбяных чыпсаў, жавальнай гумкі з новым смакам, газаванай вады.

Моўныя маніпуляцыі

Моўныя маніпуляцыі — адна са стратэгій, якія часта ўжываюць СМІ. Гэта гульня словаў (неадназначныя словы, перадузятая рыторыка, выкарыстанне эўфемізмаў, мовы варожасці)

Прыклад:

Заява палітыка: „Мае падначаленыя сочаць за сітуацыяй вельмі ўважліва, і я магу заявіць, што мой абавязак — рабіць усё магчымае, каб праблема была вырашана справядліва для ўсіх“.

Тлумачэнне:

Нягледзячы на тое, што аўтар выказвання кажа пра свой абавязак рабіць нейкія захады, ён не кажа, што будзе рабіць, у якія тэрміны і ці напраўду зробіць.

Прыклады падманлівых эўфемізмаў ды іх „пераклад“:

„МЯЦЕЖ“ — супраціў

„СПАДАРОЖНАЯ ШКОДА“ — падчас вайсковых аперацый забітыя цывільныя асобы

„ПАПЕРАДЖАЛЬНЫ ЎДАР“ — неспраvакаваны напад

„ПРЫХОД СТРАТЭГІЧНАГА ІНВЕСТАРА“ — прыватызацыя

„У ЯГО ШЫРОКІЯ КОСТКІ“ — ён тоўсты

„АБАРОНА НАЦЫЯНАЛЬНАЙ МЕНШАСЦІ“ — напад на іншую краіну, каб усталяваць там урад, прыхільны нападнікам

„САНКЦЫІ СУПРАЦЬ КРАІНЫ“ — санкцыі супраць кіраўніка дзяржавы і блізкіх да яго алігархаў

Высновы

Падсумоўваючы, зробім наступныя высновы:

— Беларусы жывуць у стане інфармацыйнай вайны. Медыяадукацыя — гэта справа не толькі адукацыйных установаў, гэта справа грамадства і фактар захавання незалежнай дзяржавы.

— Медыяпісьменнасць — гэта здольнасць здабываць, крытычна ацэньваць і сінтэзаваць інфармацыю, самастойна прымаць рашэнні, а таксама ўменне этычна, адказна і эфектыўна карыстацца інфармацыйнай прасторай, даносіць сваё разуменне да іншых. Незалежныя медыя могуць і павінны далучыцца да выхавання медыйна пісьменнага чытача. Медыйна пісьменны чытач — спажывец і гарант захавання незалежных медыя.

— Медыяпісьменнасць у беларускіх варунках выходзіць за межы аўтаматычнага засваення новых тэхналогій і абароны ад шкоднага ўздзеяння медыя-кантэнту, рэкламы, прапаганды. Гэта хутчэй шлях

дапамогі грамадзянам, якія жывуць у скажонай інфармацыйнай прасторы і без свайго ведама з’яўляюцца аб’ектам маніпулявання.

Скарыстаныя крыніцы:

1. Практична медіаграмотність. Посібник для бібліотекарів, Людмила Гуменюк, Валентина Потапова: http://aup.com.ua/books/mbm/

2. How to choose your news — Damon Brown: http://ed.ted.com/lessons/how-to-choose-your-news-damon-brown/

Настаўнікі і цана „неўласцівых функцый“

Таварыства беларускай школы

Дык што змянілася з ліпеня 2014 года, калі выйшла газета „Intex-press“ з артыкулам пра цану „неўласцівых функцый“ настаўнікаў?

Паводле статыстычнага зборніка „Адукацыя ў Рэспубліцы Беларусь (2014—2015 навучальны год)“, ва ўстановах агульнай сярэдняй адукацыі вучыцца 946 100 вучняў, працуе 117 700 настаўнікаў. Дадаць сюды сем'і дзяцей і педагогаў — і робіцца ясна, чаму матэрыял, напісаны Вольгай Шыракаступ, прыцягнуў увагу значнай колькасці чытачоў з усёй Беларусі і стаў пераможцам конкурсу „Найлепшая рэгіянальная газета —2014“ у намінацыі „Соцыум. Грамадская журналістыка“.

Дык што змянілася з ліпеня 2014 года, калі выйшла газета „Intex-press“ з артыкулам пра цану „неўласцівых функцый“ настаўнікаў?

У кастрычніку 2014 года Міністэрства адукацыі публікуе спіс дакументаў, якія мусяць весці і выкарыстоўваць у працы школьныя педагогі. Для прадметнікаў гэта чатыры пазіцыі, для класных кіраўнікоў — пяць. У лютым 2015 года міністэрства прызнае, што на практыцы прадметнікі вядуць каля дваццаці дакументаў, а ў класных кіраўнікоў гэтая лічба яшчэ большая. Першы намеснік міністра адукацыі Вадзім Богуш агучвае *„настойлівую просьбу кантраляваць і ўпарадкаваць плынь дакументаў у школах“*.

У тым жа лютым новы міністр адукацыі Міхаіл Жураўкоў абяцае дбаць пра дабрабыт настаўніка: *„Будзем клапаціцца, каб у яго было адпаведнае матэрыяльнае ўзнагароджанне, якое адпавядае жыццю людзей у нашым грамадстве“*. Праз паўгода лічбы Белстата сведчаць: сярэдні заробак у адукацыі за верасень 2015 года складае 4,8 мільёна, што на 2,5 мільёна менш, чым у прамысловасці, на 3,5 — чым у будаўніцтве, на 2,8 — чым у транспарце і сувязі. Нават сціплыя сярэднія заробкі ў вясковай і лясной гаспадарцы ды медыцыне большыя на 0,3 і 0,8 мільёна адпаведна.

Дык, магчыма, настаўнікаў перасталі нагружаць няпрофільнымі абавязкамі і дазволілі спакойна вучыць дзяцей? Вось як апісвае свой педагагічны тыдзень Максім Баравік з Мінска: *„Панядзелак — вазіў дзяцей на футбол; аўторак — у музей З. Азгура; серада — адправілі на вечарыну памяці У. Дубоўкі; чацвер — на раду маладых педагогаў; субота — прафарыентацыя ў Акадэміі МУС“*.

Максім Валер'евіч працуе настаўнікам ужо чатыры гады. Дзве стаўкі, класнае кіраўніцтва, падрыхтоўка дзяцей да конкурсаў — усё як у большасці калег. Толькі вось мае свой спіс пытанняў, які адрасуе кіраўніцтву Міністэрства адукацыі, разам з трапнай прапановай:

„Калі жыць маладому настаўніку? Як вы думаеце, ці рыхтаваўся я да ўрокаў гэты тыдзень і як гэта паўплывала на якасць засваення дзецьмі праграмы? Калі мне рыхтаваць тых жа алімпіяднікаў? Да якога часу школы будуць рабіць масоўку ў музеях, тэатрах, на стадыёнах, навагодніх ранішніках і іншых мерапрыемствах? Рэч у тым, што гэта толькі адзін тыдзень бягучага года. Да гэтага мы яшчэ шмаааат куды ездзілі. І гэта толькі за адзін месяц! ***Прапанова: давайце адменім пункцік пра адукацыю ў школах, а зробім з іх чыста выхаваўчыя дамы. Каб проста не распыляцца на тое, на што не хапае часу“.***

Асабліва настойліва ў 2015 годзе педагогам навязвалася выкананне агітатарскіх функцый. Яшчэ ў ліпені, за некалькі месяцаў да прэзідэнцкіх выбараў, праваабаронца Таццяна Равяка скіравала да міністра адукацыі зварот, у якім падрабязна апавяла, як адну з настаўніц прымушаюць удзельнічаць у выбарчай кампаніі.

„Яна адкліканая з адпачынку на тыдзень, бо яе ўключылі (звяртаю ўвагу — уключылі, а не яна добраахвотна ўвайшла) у ініцыятыўную групу дзейнага прэзідэнта. Яна абавязаная сабраць 200 подпісаў.

Адзінае, чаго ўдалося ёй дамагчыся — каб дазволілі не стаяць у пікетах, а збіраць подпісы па кватэрах. І гэта прытым, што тая настаўніца ніколі не была прыхільніцай дзейнага прэзідэнта і ні разу за яго не галасавала.”

На жаль, заклік не дапусціць знявагі настаўнікаў падчас выбарчай кампаніі ў Міністэрстве адукацыі недачулі. Прынамсі, сярод „карусельшчыкаў“, знятых на відэа незалежнымі назіральнікамі, людзі хутка пазналі мясцовых педагогаў. *„Нават і дырэктар мінскай школы закруціўся ў карусельным коле*“, — праспяваў з гэтай нагоды Лявон Вольскі.

Такім чынам, прызнанні і заявы Міністэрства адукацыі застаюцца ўсяго толькі прыгожымі дэкларацыямі. Тэма ж, тым часам, актуальная як ніколі, бо ўрэшце сапраўдная цана настаўніцкіх „неўласцівых функцый“ — жыццё. Як настаўнікаў, так і ўсяго грамадства.

АРТЫКУЛ — ПЕРАМОЖЖЦА КОНКУРСУ „ЛЕПШАЯ РЭГІЯНАЛЬНАЯ ГАЗЕТА 2014” У НАМІНАЦЫІ „СОЦЫУМ. ГРАМАДСКАЯ ЖУРНАЛІСТЫКА”.

„Учителю приходится быть бесплатным строителем, соцработником и казначеем одновременно“

Ольга Широкоступ

„Intex-press”

К началу учебного года президент поручил изучить вопросы образования, „чтобы наконец-то освободить учителей от несвойственных функций“. Что это за функции, „IP“ рассказала

учитель с 32-летним стажем Тамара Гуревская, которая ушла из школы пять лет назад. Работающие учителя обсуждать это с прессой не хотят.

„Приходится осваивать «левые» специальности“

С тех пор, как я ушла из школы, прошло пять лет, однако, по разговорам с родственниками и друзьями, которые работают в образовании, я вижу, что ситуация до сих пор не изменилась. Во время работы педагогам все также приходится абсолютно бесплатно выполнять не связанные с обучением функции и осваивать много „левых“ специальностей.

Архивист. Не секрет, что во всех школах учителя обязаны делать массу ненужной работы „для галочки“. Прежде всего, это сбор всевозможных документов и складирование их по папкам — мониторинги четвертные и годовые, техника безопасности, так называемое портфолио учителя, где две трети папки занимают декреты, указы, законы. Причем практически каждый год появляются новые правила оформления, и эти папки приходится переделывать заново. Ну и, конечно, бесконечные планы, которые пишутся-переписываются из года в год, хотя заглядывает в них не каждый молодой специалист, не говоря уже об опытных учителях.

Администратор в столовой. Еще одна головная боль учителя — столовая. Если в классе 20 учеников, а питаются только 15, вер-

дикт один — классный виновен! Для начала его, как школьника, отчитают перед коллегами, а потом и премии лишить могут. Возникает вопрос: почему не в столовой должны организовать питание так, чтобы ребенок сам захотел у них поесть, а именно классный обязан найти способ завлечь туда детей ? Возможно, должен быть администратор, который будет работать с поварами и через учителей с детьми, но спрашивать за питание детей точно не с учителей нужно.

Культурный организатор. Сегодня многим приходится работать на посещаемость, в том числе и музеям, театрам, спортивным комплексам. И если там не могут организовать хорошую рекламу и привлечь достаточно посетителей, то виновных опять ищут в школе. Музеи жалуются в горисполком, оттуда давят на администрацию школы, а крайним опять остается классный руководитель. Чтобы не получить по шапке, он умоляет детей заняться просвещением. В итоге на экскурсию идут „мертвые души" — дети, которым жалко своего педагога, и они сдают деньги на билеты опять же „для галочки".

Агитатор в БРСМ. Даже за количество поступивших в общественные организации отвечает учитель. Главный козырь для заманивания школьников — это бесплатные дискотеки, всевозможные скидки и, главное, бонусы при поступлении и предоставлении общежития. Но для поступления ребенку нужны только сертификаты ЦТ, справка и аттестат. А активные ребята и так будут участвовать в жизни и школы, и страны. Тем не менее, классного то и дело пытают о том, сколько учеников он сагитировал в ряды организации.

Профессия. Во время работы учителю приходится быть одновременно

«Учителя загнали в

Ольга ШИРОКОСТУП
SHYROKASTUP@INTEX-PRESS.BY

Тамара Гуревская считает, что учителям приходится выполнять много ненужной работы в ущерб своей специальности.

ФОТО: ОЛЬГА ШИРОКОСТУП, «INTEX-PRESS»

К началу учебного года президент поручил изучить вопросы образования, «чтобы наконец-то освободить учителей от несвойственных функций». Что это за функции, «IP» рассказала учитель с 32-летним стажем Тамара Гуревская, которая ушла из школы пять лет назад. Работающие учителя обсуждать это с прессой не горят.

«ПРИХОДИТСЯ ОСВАИВАТЬ «ЛЕВЫЕ» СПЕЦИАЛЬНОСТИ»

С тех пор, как я ушла из школы, прошло пять лет, однако, по разговорам с родственниками и друзьями, которые работают в образовании, я вижу, что ситуация до сих пор не изменилась. Во время работы педагогам все также приходится абсолютно бесплатно выполнять не связанные с обучением функции и осваивать много «левых» специальностей.

Архивист. Не секрет, что во всех школах учителя обязаны делать массу ненужной работы «для галочки». Прежде всего, это сбор всевозможных документов и складирование их по папкам – мониторинги четвертные и годовые, техника безопасности, так называемое портфолио учителя, где две трети папки занимают декреты, указы, законы. Причем практически каждый год появляются новые правила оформления, и эти папки приходится переделывать заново. Ну и, конечно, бесконечные планы, которые пишутся-переписываются из года в год, хотя заглядывает в них не каждый молодой специалист, не говоря уже об опытных учителях.

Администратор в столовой. Еще одна головная боль учителя – столовая. Если в классе 20 учеников, а питаются только 15, вердикт один – классный виновен! Для начала его, как школьника, отчитают перед коллегами, а потом и премии лишить могут. Возникает вопрос: почему не в столовой должны организовать питание так, чтобы ребенок сам захотел у них поесть, а именно классный обязан найти способ завлечь туда детей ? Возможно, должен быть администратор, который будет работать с поварами и через учителей с детьми, но спрашивать за питание детей точно не с учителей нужно.

Культурный организатор. Сегодня многим приходится работать на посещаемость, в том числе и музеям, театрам, спортивным комплексам. И если там не могут организовать хорошую рекламу и привлечь достаточно посетителей, то виновных опять ищут в школе. Музеи жалуются в горисполком, оттуда давят на администрацию школы, а крайним опять остается классный руководитель. Чтобы не получить по шапке, он умоляет детей заняться просвещением. В итоге на экскурсию идут «мертвые души» – дети, которым жалко своего педагога, и они сдают деньги на билеты опять же «для галочки».

Агитатор в БРСМ. Даже за количество поступивших в общественные организации отвечает учитель. Главный козырь для заманивания школьников – это бесплатные дискотеки, всевозможные скидки и, главное, бонусы при поступлении и предоставлении общежития. Но для поступления ребенку нужны только сертификаты ЦТ, справка и аттестат. А активные ребята и так будут участвовать в жизни и школы, и страны. Тем не менее, классного то и дело пытают о том, сколько учеников он сагитировал в ряды организации.

КАМЕНТАРЫЙ СПЕЦЫЯЛІСТА

"Касметычныя праўкі нашай сістэме адукацыі не дапамогуць"

Тамара Мацкевіч, намесніца старшыні РГА "Таварыства беларускай школы"

Хутчэй за ўсё, навязванне неўласцівых функцый настаўніку – гэта спланаваная палітыка, якая мае на мэце трымаць настаўніка "ў чорным целе". Настаўнікаў у краіне шмат, у гэтай сацыяльнай групы вялікі пратэстны патэнцыял. Таму дзяржава іх баіцца. Калі не выйдуць на працу працаўнікі якога завода – ніхто не заўважыць. Склады і так завалены неліквіднай прадукцыяй. Калі ж настаўнікі праявяць салідарнасць – незаўважна гэта не пройдзе. Вось для гэтага і створаны ўсе інструкцыі, кантракты і кантралюючыя органы. Іх мэта – загрузіць настаўніка рознымі абавязкамі і справаздачамі так, каб ён не меў часу адарваць галавы ад папераў і падумаць пра штосьці іншае. Нават пра навучальны працэс настаўніку няма калі думаць. Вядома, гэта катастрофа для беларускай школы. Школа не можа выконваць свае функцыі якаснага навучання, калі педагогу не даць свабоду прафесійнай самарэалізацыі.

У бліжэйшы час сітуацыя не зменіцца, хаця цяпер працуе камісія, якая павінна паставіць, чым залішнім займаецца настаўнік. Хутэй за ўсё тая камісія знойдзе крайняга, якога зволюць з пасады, а настаўнікі застануцца ў тым жа становішчы. Касметычныя праўкі нашай сістэме адукацыі не дапамогуць. Яна састарэла і не адпавядае патрабаванням часу. Тут трэба мяняць і сістэму фінансавання (каб грошы ішлі ў тую школу, куды бацькі аддаюць дзіця), і сістэму кіравання. Настаўнікі і бацькі павінны мець механізмы рэальнага ўплыву на сістэму адукацыі праз пашырэнне правоў школьных саветаў, права выбара дырэктароў школ, выбар праграм навучання і падручнікаў. Гэта ўсё называецца дэмакратыя.

КОММЕНТАРИЙ СПЕЦИАЛИСТА

«К началу года чем-нибудь обрадуем учителей»

Юлия Ванина, пресс-секретарь Министерства образования РБ

Вопрос оптимизации работы учителя действительно изучается. Около года назад была создана большая межведомственная группа, которая работает над этим. Пока рано говорить о том, есть ли несвойственные функции, которые выполняет учитель, много ли этих функций, и будут ли они отменены – идет процесс изучения. Однако система образования однозначно будет оптимизирована. Надеемся, что к началу учебного года чем-нибудь обрадуем учителей.

бесплатным строителем, соцработником и казначеем

жесткие рамки»

Учителя готовы выполнять несвойственные функции за дополнительную плату

Больше всего недовольства у белорусских учителей вызывает принудительная подписка на государственные издания, а среди функций самой «несвойственной» большинство считает охрану правопорядка в общественных местах. Анкетирование педагогов проходит на форуме белорусских учителей inspiration.blog.tut.by, в нем приняло участие более 100 человек. Согласно результатам анкетирования, за отдельную плату многие респонденты готовы посещать с учениками различные мероприятия, участвовать в конкурсах, не связанных с учебой, и работать в летних лагерях; некоторые (около 30% опрошенных) – делать ремонт в школе, подсчитывать результаты успеваемости учеников и дежурить по школе и в столовой. Среди опрошенных лишь около 5% учителей отказываются делать дополнительную работу даже за деньги.. Анкету учителя создали самостоятельно, результаты планируют отправить в Министерство образования или Администрацию президента на рассмотрение.

Сколько стоят «несвойственные функции»

По подсчетам «IP», государство не доплачивает учителю как минимум 415 тыс. руб. в месяц.
Вместе с учителем одной из барановичских школ мы подсчитали, сколько государство экономит на том, что не оплачивает внеучебную работу школьного педагога.
Сегодня ставка учителя составляет 20 часов в неделю, кроме этого классному руководителю доплачивают за 3 часа в неделю. В среднем, оплата 1 часа составляет 25 тыс. руб. По подсчетам получилось, что за свои часы без премий и надбавок учитель, работающий на ставку, в месяц может заработать 2,6-3 млн. руб. При этом еще 16 часов в месяц он работает бесплатно, хотя мог бы дополнительно заработать как минимум 415 тысяч.
(Расчеты проводились за 9 рабочих месяцев)

Чем приходится заниматься учителю во внеурочное время	Периодичность проведения мероприятий	Сколько часов в среднем затрачивается в месяц на мероприятие	Во сколько обошлась бы эта работа, если бы ее оплачивали как за один час ставки
Производственные совещания	**2 раза в месяц по 1,5-2 часа**	**Около 3,5 часов**	**87,5 тыс. руб.**
Педсовет	**5 раз в год по 1,5 часа**	**Около 0,8 часа**	**20 тыс. руб.**
Внеплановые совещания («летучки»)	**1 раз в неделю по 20-30 минут**	**Около 2-х часов**	**50 тыс. руб.**
Родительские собрания	**4 раза в год по 1,5-2 часа**	**Около 0,8 часа**	**20 тыс. руб.**
Посещение семей (класс – 25 человек)	**1 раз в год (если в классе нет семей, находящихся в социально опасном положении). В среднем на посещение одной семьи уходит около 30 минут**	**Около 1,4 часа**	**35 тыс. руб.**
Посещение краеведческого музея и выставочного зала	**1 раз в месяц по 2-3 часа**	**Около 2,5 часов**	**62.5 тыс. руб.**
Выездная экскурсия	**3 раза в год по 8-10 часов**	**Около 3 часов**	**75 тыс. руб.**
Кинотеатр	**1 раз в четверть по 2-3 часа**	**Около 1,1 часа**	**27,5 тыс. руб.**
Спортивно-массовые мероприятия по субботам	**1 раз в месяц 1-2 час**	**Около 1,5 часа**	**37,5 тыс. руб.**
Итого		**16,6 часа в месяц**	**415 тыс. руб.**

Социальный работник. Если в классе есть неблагополучная семья, классному руководителю логичнее обратиться к профессионалам в социальную службу, чтобы там помогли, а не тратить время на написание актов посещений для отчетности этих служб. В конце концов, ходить по квартирам и заглядывать по всем углам, вплоть до холодильника, в какой-то степени унизительно для учителя, а некоторые родители за такое могут, мягко говоря, выставить из дому.

Строитель. Ни в какие рамки не вписывается то, что учителя не отпускают в отпуск без ремонта кабинета. Не завхоз ли должен этим заниматься? Но это заместитель директора! Администрация отговаривается, что этим должны заниматься родители. Приходится просить мам и пап. А мне, например, муж не раз приходил прибивать стенды в классе.

Казначей. Вечные сборы на салфетки, бумагу, лекарства, столовую, ремонты, в попечительский фонд – неотъемлемая часть работы классного руководителя. С одной стороны, для сбора денег можно привлечь родителей, однако чаще всего у тех и своих дел хватает.

Родитель. Проблема воспитания осталась во многих семьях с советских времен, когда воспитание ребенка перекладывали на общество. Так проще: отдал ребенка в сад, потом в школу, и все претензии – по неуспеваемости, плохому поведению, детскому пьянству и хулиганству – к школе. Я не хочу винить родителей, но все же нужно начинать с семьи. По-моему, тот шестой день, который школа должна дополнительно заниматься с детьми, следует посвятить семейному времяпрепровождению.

В школе нет весомого разграничения между классным руководителем и учителем, хотя большинство из несвойственных работе учителя функций ложатся на плечи именно классного руководителя. До революции было такое понятие как «классная дама». Возможно, в школах не хватает именно такого человека, который занимался бы внеучебной деятельностью и всеми организационными моментами с детьми. Если нет, то, по крайней мере, на классного руководителя должны работать самые разные службы, которые есть в школе и за ее пределами. Не классный обязан, а они ему в помощь. Иначе приходится быть универсальным специалистом в ущерб своей профессии.

«УЧИТЕЛЯ ЗАГНАЛИ В РАМКИ И ТРЕБУЮТ, ТРЕБУЮТ, ТРЕБУЮТ…»

Отбивает желание хорошо работать вечное навязывание и принуждение. Школа у нас осталась советской: работать нужно четко по инструкции, не отступая от планов. На учителя продолжают давить со всех сторон и требовать отчетности по каждому шагу. Я с ностальгией вспоминаю времена перестройки. Это было время голодное, холодное, тяжелое, но тогда пытались уважать человека, нам говорили, что мы можем проводить урок, как считаем нужным, а не по придуманным в верхах канонам. Главное – показать результат. Прежде всего, учитель должен научить, дать знания, помочь ребенку развить способности и воспитать положительные качества. Причем, воспитание в школе заключается не в скучных для школьника классных часах, а, прежде всего, в процессе уроков! Ребенка можно воспитать своим поведением, манерами и отношением к нему.

Сейчас учителя загнали в жесткие рамки и требуют, требуют, требуют… Когда я уходила из школы, коллеги пугали, что будет тяжело. Возможно, если бы в школе не было давления и не приходилось бы заниматься ненужной деятельностью, без любимой работы и вправду началась бы депрессия,, а так я почувствовала свободу.

Социальный работник. Если в классе есть неблагополучная семья, классному руководителю логичнее обратиться к профессионалам в социальную службу, чтобы там помогли, а не тратить время на написание актов посещений для отчетности этих служб. В конце концов, ходить по квартирам и заглядывать по всем углам, вплоть до холодильника, в какой-то степени унизительно для учителя, а некоторые родители за такое могут, мягко говоря, выставить из дому.

Строитель. Ни в какие рамки не вписывается то, что учителя не отпускают в отпуск без ремонта кабинета. Не завхоз ли должен этим заниматься? Но это заместитель директора! Администрация отговаривается, что этим должны заниматься родители. Приходится просить мам и пап. А мне, например, муж не раз приходил прибивать стенды в классе.

Казначей. Вечные сборы на салфетки, бумагу, лекарства, столовую, ремонты, в попечительский фонд — неотъемлемая часть работы классного руководителя. С одной стороны, для сбора денег можно привлечь родителей, однако чаще всего у тех и своих дел хватает.

Родитель. Проблема воспитания осталась во многих семьях с советских времен, когда воспитание ребенка перекладывали на общество. Так проще: отдал ребенка в сад, потом в школу, и все претензии — по неуспеваемости, плохому поведению, детскому пьянству и хулиганству — к школе. Я не хочу винить родителей, но все же нужно начинать с семьи. По-моему, тот шестой день, кото-

рый школа должна дополнительно заниматься с детьми, следует посвятить семейному времяпрепровождению.

В школе нет весомого разграничения между классным руководителем и учителем, хотя большинство из несвойственных работе учителя функций ложатся на плечи именно классного руководителя. До революции было такое понятие как „классная дама". Возможно, в школах не хватает именно такого человека, который занимался бы внеучебной деятельностью и всеми организационными моментами с детьми.

Если нет, то, по крайней мере, на классного руководителя должны работать самые разные службы, которые есть в школе и за ее пределами. Не классный обязан, а они ему в помощь. Иначе приходится быть универсальным специалистом в ущерб своей профессии.

„Учителя загнали в рамки и требуют, требуют, требуют... "

Отбивает желание хорошо работать вечное навязывание и принуждение. Школа у нас осталась советской: работать нужно четко по инструкции, не отступая от планов. На учителя продолжают давить со всех сторон и требовать отчетности по каждому шагу.

Я с ностальгией вспоминаю времена перестройки. Это было время голодное, холодное, тяжелое, но тогда пытались уважать челове-

ка, нам говорили, что мы можем проводить урок как считаем нужным, а не по придуманным в верхах канонам. Главное — показать результат. Прежде всего учитель должен научить, дать знания, помочь ребенку развить способности и воспитать положительные качества. Причем воспитание в школе заключается не в скучных для школьника классных часах, а прежде всего в процессе уроков! Ребенка можно воспитать своим поведением, манерами и отношением к нему.

Сейчас учителя загнали в жесткие рамки и требуют, требуют, требуют... Когда я уходила из школы, коллеги пугали, что будет тяжело. Возможно, если бы в школе не было давления и не приходилось бы заниматься ненужной деятельностью, без любимой работы и вправду началась бы депрессия, а так я почувствовала свободу.

Каментарый спецыяліста:

„КАСМЕТЫЧНЫЯ ПРАЎКІ НАШАЙ СІСТЭМЕ АДУКАЦЫІ НЕ ДАПАМОГУЦЬ”

Тамара Мацкевіч, намесніца старшыні РГА „Таварыства беларускай школы”

Хутчэй за ўсё, навязванне неўласцівых функцый настаўніку — гэта спланаваная палітыка, якая мае на мэце трымаць настаўніка „ў чорным целе”. Настаўнікаў у краіне шмат, у гэтай сацыяльнай гру-

пы вялікі пратэстны патэнцыял. Таму дзяржава іх баіцца. Калі не выйдуць на працу працаўнікі якога завода — ніхто не заўважыць. Склады і так завалены неліквіднай прадукцыяй. Калі ж настаўнікі праявяць салідарнасць — незаўважна гэта не пройдзе. Вось для гэтага і створаны ўсе інструкцыі, кантракты і кантралюючыя органы.

Іх мэта — загрузіць настаўніка рознымі абавязкамі і справаздачамі так, каб ён не меў часу адарваць галавы ад папераў і падумаць пра штосьці іншае. Нават пра навучальны працэс настаўніку няма калі думаць. Вядома, гэта катастрофа для беларускай школы. Школа не можа выконваць свае функцыі якаснага навучання, калі педагогу не даць свабоду прафесійнай самарэалізацыі.

У бліжэйшы час сітуацыя не зменіцца, хоць цяпер працуе камісія, якая павінна пастанавіць, чым залішнім займаецца настаўнік. Хутэй за ўсё тая камісія знойдзе крайняга, якога звольняць з пасады, а настаўнікі застануцца ў тым жа становішчы. Касметычныя праўкі нашай сістэме адукацыі не дапамогуць.

Яна састарэла і не адпавядае патрабаванням часу. Тут трэба мяняць і сістэму фінансавання (каб грошы ішлі ў тую школу, куды бацькі аддаюць дзіця), і сістэму кіравання. Настаўнікі і бацькі павінны мець механізмы рэальнага ўплыву на сістэму адукацыі

праз пашырэнне правоў школьных саветаў, права выбару дырэктараў школ, выбар праграм навучання і падручнікаў. Гэта ўсё называецца дэмакратыя.

„К НАЧАЛУ ГОДА ЧЕМ-НИБУДЬ ОБРАДУЕМ УЧИТЕЛЕЙ"

Юлия Ванина, пресс-секретарь Министерства образования РБ

Вопрос оптимизации работы учителя действительно изучается. Около года назад была создана большая межведомственная группа, которая работает над этим. Пока рано говорить о том, есть ли несвойственные функции, которые выполняет учитель, много ли этих функций, и будут ли они отменены — идет процесс изучения. Однако система образования однозначно будет оптимизирована. Надеемся, что к началу учебного года чем-нибудь порадуем учителей.

Учителя готовы выполнять несвойственные функции за дополнительную плату

Больше всего недовольства у белорусских учителей вызывает принудительная подписка на государственные издания, а среди функ-

ций самой „несвойственной“ большинство считает охрану правопорядка в общественных местах. Анкетирование педагогов проходит на форуме белорусских учителей inspiration.blog.tut.by, в нем приняло участие более 100 человек.

Согласно результатам анкетирования, за отдельную плату многие респонденты готовы посещать с учениками различные мероприятия, участвовать в конкурсах, не связанных с учебой, и работать в летних лагерях; некоторые (около 30% опрошенных) — делать ремонт в школе, подсчитывать результаты успеваемости учеников и дежурить по школе и в столовой. Среди опрошенных лишь около 5% учителей отказываются делать дополнительную работу даже за деньги.. Анкету учителя создали самостоятельно, результаты планируют отправить в Министерство образования или Администрацию президента на рассмотрение.

Сколько стоят „несвойственные функции“

По подсчетам „IP“, государство недоплачивает учителю как минимум 415 тыс. руб. в месяц.

Вместе с учителем одной из барановичских школ мы подсчитали, сколько государство экономит на том, что не оплачивает внеучебную работу школьного педагога.

Сегодня ставка учителя составляет 20 часов в неделю, кроме этого, классному руководителю доплачивают за 3 часа в неделю.

В среднем оплата 1 часа составляет 25 тыс. руб. По подсчетам получилось, что за свои часы без премий и надбавок учитель, работающий на ставку, в месяц может заработать 2,6—3 млн. руб. При этом еще 16 часов в месяц он работает бесплатно, хотя мог бы дополнительно заработать как минимум 415 тысяч.

(Расчеты проводились за 9 рабочих месяцев)

Чем приходится заниматься учителю во внеурочное время	Периодичность проведения мероприятий	Сколько часов в среднем затрачивается в месяц на мероприятие	Во сколько обошлась бы эта работа, если бы ее оплачивали как за один час ставки
Производственные совещания	**2 раза в месяц по 1,5-2 часа**	**Около 3,5 часов**	**87,5 тыс. руб.**
Педсовет	**5 раз в год по 1,5 часа**	**Около 0,8 часа**	**20 тыс. руб.**
Внеплановые совещания («летучки»)	**1 раз в неделю по 20-30 минут**	**Около 2-х часов**	**50 тыс. руб.**
Родительские собрания	**4 раза в год по 1,5-2 часа**	**Около 0,8 часа**	**20 тыс. руб.**
Посещение семей (класс – 25 человек)	**1 раз в год (если в классе нет семей, находящихся в социально опасном положении). В среднем на посещение одной семьи уходит около 30 минут**	**Около 1,4 часа**	**35 тыс. руб.**
Посещение краеведческого музея и выставочного зала	**1 раз в месяц по 2-3 часа**	**Около 2,5 часов**	**62.5 тыс. руб.**
Выездная экскурсия	**3 раза в год по 8-10 часов**	**Около 3 часов**	**75 тыс. руб.**
Кинотеатр	**1 раз в четверть по 2-3 часа**	**Около 1,1 часа**	**27,5 тыс. руб.**
Спортивно-массовые мероприятия по субботам	**1 раз в месяц 1-2 час**	**Около 1,5 часа**	**37,5 тыс. руб.**
Итого		**16,6 часа в месяц**	**415 тыс. руб.**

Індывідуалісты ў калектыве, альбо як арганізаваць рэдакцыю

Юзэф Фігура

„Tygodnik Podhalański“

Выдаваць газету — не цвікі каваць. Такую працу немагчыма арганізаваць у выглядзе васьмігадзіннага працоўнага дня. Ад 9 да 18, а потым дамоў. Бо гэта перадусім стварэнне калектыву, добрага і спраўнага арганізму, часткі якога не толькі ведаюць, за што адказваюць, але і добра пачуваюцца разам.

Журналісты — гэта індывідуалісты. Цябе б не ўзялі на такую працу, калі б ты не быў гатовы зрабіць нешта большае за стандартныя патрабаванні. Ты не атрымаў бы месца ў рэдакцыі, калі б высветлілася, што ідзеш па лініі найменшага супраціву і зацікаўлены толькі тым, каб па-графамански запоўніць газету. Пісаць хоць што, абы шмат.

У гэтым тэксце я пастарюся пашукаць адказ на пытанне, як, з аднаго боку, арганізаваць працу рэдакцыі, як арганізаваць рэдкалегію, каб дыскусіі праходзілі як мага больш вынікова. А з другога — падумаем, як арганізаваць свой уласны час, каб выкарыстоўваць яго эфектыўна. І на завяршэнне — некалькі падказак наконт таго, што рабіць, каб праца ў калектыве не стала кашмарам і пракляццем глядзець штодня на адныя і тыя ж твары. То бок крыху пра пабудову калектыву.

1. У групе наша сіла, альбо Рэдкалегія

З чаго пачаць? З рэдкалегіі. Хто з нас не мае час ад часу пачуцця татальнай пустаты ў галаве, калі гучыць сакраментальнае пытанне: што рыхтуем у наступны нумар?

Вядома, шмат залежыць ад таго, які ў нас рэдактар ці рэдактарка.

Калі ён паводле характару апякун, то закідае нас прапановамі тэмаў. Больш за тое — дасць права выбару. А калі ён ведае, што мы можам не справіцца, возьме справу на сябе. Будзе добра, прыемна і без стрэсу, але мы не вырасцем вышэй за пісанне кароткіх навінаў і справаздач з выставаў. Абапіраючыся на навязаныя некім тэмы, ты атрымаеш рэальную перспектыву пасіўнай працы, калі будзеш нібы раменік апрацоўваць свой кавалак каменя. Не будзеш развівацца. Бо такога шанца проста не будзе.

На супрацьлеглым полюсе — рэдактар, які аддае перавагу стылю вайсковай муштры. Падкіне тэму, дасць слова-ключ і чакае рэакцыі. Рэакцыя, вядома, мусіць палягаць на тым, каб дакладна сфармуляваць гатовую ідэю тэксту, які задушыць усіх канкурэнтаў. Паколькі такая рэакцыя здараецца рэдка, то рэдактар выказвае сваё расчараванне красамоўнымі фразамі пра тое, з якімі баранамі яму даводзіцца працаваць. — Я марную сябе на гэтай працы! — вырываецца ў яго, калі ён зазірае глыбока ў вочы супрацоўнікаў.

Бывае яшчэ рэдактар-дэмакрат — той, хто стаіць недзе побач, каб даць табе выказацца, і стварае ўмовы для працы. На планёрках такі рэдактар часцей выступае як каталізатар — падкажа дзе трэба, але не бярэ ўсяго на сябе.

Не зважаючы на тое, які тып рэдактара ў вас, ці нават насуперак гэтаму тыпу, варта, каб планёркі станавіліся своеасаблівым мазгавым штурмам, крыніцай цікавых ідэяў.

Усё для таго, каб не паўтараць штогод адны і тыя ж тэксты, але і не ламаць кожны раз галаву над новай ідэяй. Зразумела, штогод нейкія тэмы паўтараюцца, і мы нейкім чынам павінны іх уздымаць. Але калі гадамі працуеш у рэдакцыі, што ж новага можна прыдумаць, калі зноў давядзецца пісаць пра пачатак навучальнага году? Дваццатае інтэрв’ю з першакласніцай, справаздача з адкрыцця новай школы? Колькі каштуе сабраць дзіця ў школу? Тады дастаткова проста ўпісаць новыя лічбы ў стары тэкст.

Мазгавы штурм — што гэта?

Мы не адкрыем Амерыкі. Гэта старая тэхніка і яе можна ідэальна выкарыстаць на планёрцы.

- Найважнейшае — падкідваць як мага больш ідэяў і ключавых словаў.
- Яны могуць быць наіўнымі і нават бессэнсоўнымі — важна толькі тое, каб іх было шмат. Дазволь сваёй фантазіі шалець!
- Важна: нічога з прапанаванага не ацэньваем — недарэчных ідэяў няма!
- Насуперак таму, чаму нас вучылі ў школе — карыстацца працай іншага вельмі да месца. Абапіраючыся на ідэі іншых, будуй сваё!

Гэта тэорыя. А практыка? Што мазгавы штурм можа мець агульнага з нашым няшчасным пачаткам новага навучальнага году? Што магло б з’явіцца на нашай дошцы з ідэямі? Абіраем сакратара, які запіша ключавыя словы на ватмане. Накідваем ідэі. Кожная з іх добрая — хай толькі іх будзе як мага больш.

Спрабуем:

- Цыгарэты — дзе, што і пачым паляць гімназісты
- Колькі важыць партфель і чаму ўсё яшчэ так шмат
- Тыповыя месцы для сачкавання ўрокаў

- Найлепшыя/найгоршыя школы ў ваколіцы
- Што рабіць, каб выхаваць выдатніка — колькі і за якіх рэпетытараў плоцяць бацькі?
- Колькі часу трэба правесці ў рэпетытараў, каб мець сярэднюю адзнаку 9?
- Рэпартаж з заняткаў
- Топ-10 тыповых школьных вершаў (жартаўліва)
- Самыя дзіўныя школьныя гурткі
- Якія гурткі хацелі б мець школьнікі — апытанне на школьных калідорах
- Найцікавейшыя профільныя класы / прыдумаць некалькі сваіх профіляў
- Найлепшы/найгоршы настаўнік вачыма школьнікаў
- Артыкул пра найлепшага настаўніка ў рэгіёне
- „Міс мокрая майка“ сярод настаўніц / „містэр настаўнік”
- Самыя недарэчныя выказванні настаўнікаў — топ-10 цытат
- Сэкс у школьным узросце
- Дзе бавяць час школьнікі
- Як школа дапамагае школьніцам — маладым мамам
- Школа і перашкоды для людзей з абмежаванымі магчымасцямі. Як на вазку адолець школьную лесвіцу
- Рэйтынг школ — які рэйтынг выбраць, каб наша школа выглядала найлепшай
- Рэйтынг школ — татальная маніпуляцыя

І так далей. Пэўна, у вас таксама знойдуцца дзясяткі іншых ідэяў.

Усё залежыць ад таго, колькі ў вас часу, а таксама ад вынаходлівасці групы. Галоўнае, каб усе выказалі свае ідэі, а сакратар запісаў іх на паперы. Калі спіс гатовы, можна разважаць, якія ідэі перспектыўныя, і падкрэсліць іх. З некалькіх ідэяў я выбіраю найбольш мне адпаведную. Вядома, я магу змяняць яе пад сябе.

Журналісцкія ідэі

Зразумела, можна пераказаць прамову старшыні гарвыканкама на адкрыцці новай школы. Першая паласа з гэтага, можа, і кепская, але хоць нейкая будзе. Застаецца толькі пытанне: а хто яе будзе чытаць? Зрэшты, гэтае пытанне ў цябе павінна ўзнікаць заўсёды, калі збіраешся пісаць матэрыял на любую тэму. Уяві сабе канкрэтнага чытача і паспрабуй яго зацікавіць.

Гледзячы на спіс тэмаў, які склаўся падчас мазгавога штурму, думаю, што я выбраў бы тэкст пра рэйтынг найлепшых школаў. Але такі рэйтынг, які б паказаў нават самую горшую школу з найлепшага боку. Заўсёды можна прыдумаць рэйтынг, у якім школа будзе выглядаць добра. Магчыма, выцягнуў бы тэму і з ідэі пра цыгарэты — аповеды вучняў цяперашніх і былых пра тое, дзе яны палілі і ў якіх недарэчных месцах хаваліся, каб іх не застукалі, можна было б падаць у іранічнай форме. Такі матэрыял мог бы выклікаць усмешку 40—50-гадовых чытачоў, якія ўзгадаюць і свае школьныя глуп-

ствы. І тут ужо маем адказ на пытанне — хто гэта прачытае? Але сапраўднай сенсацыяй магла б стаць тэма сэксу сярод школьнікаў. Тэмы з катэгорыі „табу“ прыцягваюць увагу. З другога боку, мы можам паказаць розніцу паміж тым, як уяўляем сабе жыццё маладых людзей, і якое яно насамрэч. Трэба толькі мудра раскрыць тэму. Але гэта ўжо іншая гісторыя…

А ўвогуле падчас планёркі варта запісаць сабе ўвесь спіс ідэяў. Каб выкарыстаць праз год. І завесці нататнік, альбо выдзеліць месца ў штодзённіку, ці ў інтэрнэтаўскай „хмары“, дзе ўсе гэтыя ідэі без праблем будзем захоўваць. Ніколі не вядома, што і калі спатрэбіцца.

2. Сам сабе рэдактар

Мы ўжо сказалі сабе — мы не на фабрыцы цвікоў. Патрэбная каманда і канчатковы штодзённы, штотыднёвы ці штомесячны вынік яе працы — залежна ад газеты, у якой ты працуеш. Мы ўжо абмеркавалі планёрку, працу групы і генераванне ідэяў. Цяпер прыйшоў час паразмаўляць пра тваю індывідуальнасць. І праблёскі тваёй геніяльнасці. Ты рыхтуешся пісаць найважнейшы артыкул свайго жыцця. Менавіта з такім настроем варта падыходзіць да напісання кожнага рэпартажу, інтэрв'ю ці нават простай справаздачы. Нягледзячы на тое, які гэта матэрыял, ты мусіш сам сябе арганізаваць. Запланаваць час і месца, у якім будзеш працаваць. Добра ведаеш, як нялёгка гэта зрабіць у рэдакцыі, праз якую лётаюць журналісты, іхныя госці, наведнікі са сваімі праблемамі. Да

таго ж пастаянна звоніць тэлефон, а на працоўным стале кампутара штохвіліну з'яўляюцца іконкі новых паведамленняў на Фэйсбуку.

Нават калі ў цябе неверагодна нязносны рэдактар. Нават калі ён спрабуе цябе пільнаваць і вызначаць рэжым тваёй працы. Нічога не дапаможа, калі ты сам не арганізуеш свой час! Паспрабуем.

Пачнем ад парадку. Ці арганізацыі працоўнай прасторы, як гэта называюць спецыялісты. А твая прастора — гэта твая рэдакцыя, у больш вузкім сэнсе — твой працоўны стол. Эксперты падкажуць табе, як можна дасканала яго арганізаваць, каб без праблем сканцэнтравацца на працы. Але ж мы, журналісты, ведаем лепш за іх. Парадак на стале? Гэта нахабства. Усё ж існуе такое паняцце, як творчы беспарадак. Ты — мастак, майстар, Бальзак газетнай калонкі з агрызкам у шуфлядцы, які ўжо пакрыўся цвіллю.

Ці сапраўды парадак і халодны мінімалізм на працоўным стале дапамогуць табе напісаць тэкст, у якім ты выводзіш на чыстую ваду афёру старшыні гарвыканкама? А можа менавіта на нейкім выкінутым у сметнік кавалачку паперы ты запісаў нумар тэлефона ягонай каханкі? А калі на газетных палях газеты, якую ты выкінуў у макулатуру, ты паспеў запісаць цытату старшыні, калі ён праклінаў цябе? Не дай справакаваць сябе. Не выкідай. Усё можа спатрэбіцца. Збірай усё, пакуль цябе яшчэ відаць за стосамі сабраных папер на працоўным стале.

Але гэта адзін з тыповых міфаў. Усё ж спрабуй кантраляваць свой беспарадак, сартаваць паперы. Тыя, што падаюцца няважнымі, лепей кінуць не ў сметніцу, а ў скрынку з надпісам „некалі спатрэбіцца". Абмяжуй колькасць рэчаў, якія адцягваюць увагу за сталом.

Спецыялісты па кіраванні часам раяць пазбавіцца ад усіх раздражняльных рэчаў пры напісанні тэксту. Экстрэмалы нават раяць вызначыць сабе дакладны час на напісанне тэксту. Пасля чаго зачыніцца ў пакоі і папрасіць каго-небудзь, каб зачыніў дзверы і забраў ключ. Цябе мусяць выпусціць толькі ў вызначаны час. Самае страшнае, што можа адбыцца, — ты не паспееш напісаць. Геніяльна?

Магчыма. Але ў выпадку журналістаў часта складана такое арганізаваць. А што, калі акурат у той самы час міма праедзе пажарная машына, каб патушыць пажар у гарсавеце? Ты павінен кінуць усе справы, бо ніхто не зробіць гэтага за цябе. Таму ключ лепей мець пры сабе.

Забі часажэрцу

Гэта важна! Спрабуй падчас працы над тэкстам не зазіраць у пошту, не адказваць на тэлефонныя званкі, не чытаць СМСак, не правяраць Фэйсбук. А калі ўжо мусіш гэта рабіць — то ў вызначаны час. Найлепш… пасля таго, як ужо напішаш артыкул. То бок пачынаць свой дзень ад напісання і толькі потым, каля 12 гадзін (а лепей пазней), правяраць электронную скрыню.

Ідэя гэтая можа і добрая, калі казаць пра супрацоўнікаў карпарацыяў, але ўсё ж ты журналіст, ты жывеш у інфармацыі. Пастаянна атрымліваеш яе і перапрацоўваеш. Нельга проста перастаць гэта рабіць! Наадварот! Але зрабі простае практыкаванне і паспрабуй запісаць, як часта ты зазіраеш на сваю скрынку. Пэўна робіш гэта часцей, чым чухаеш патыліцу.

Ты тлумачыш гэта тым, што мусіш быць у курсе падзеяў, а гэта значыць, Фэйсбук і Твітэр мусяць быць пастаянна ўключаныя. Але навошта табе гэта? І вось, калі пішаш кароткую навіну пра ДТЗ, то на палове першага сказу правяраеш пошту, на палове другога — сацыяльныя сеткі, а перад тым як паставіць кропку — абмяркоўваеш з кіраўніком рэкламнага аддзела, куды знік банэр газеты на апошнім пікніку. Такім чынам, навіна з пяці сказаў займае гадзіну. Яна будзе адлюстроўваць пякельныя пакуты і дылемы аўтара тэксту. Гэта значыць, што ідучы лёгкай дарожкай, ты быццам становішся даішнікам, які „кіруецца на месца здарэння“. Пішаш, як „супрацоўнікі МУС аператыўна выконваюць свае службовыя абавязкі“ альбо „ўжываюць прыбор „Алкатэст“ з мэтай вызначэння ўзроўню ап’янення кіроўцы транспартнага сродку“. І так далей, у найлепшых традыцыях прэс-сакратара ДАІ.

Заткніся ўжо ўрэшце!

Што ж зробіш, такая ўжо ў мяне праца, журналістыка — гэта жыццё пад вечным ціскам часу, — скажаш ты.

Гэта няпраўда. Зрабі простае практыкаванне — падлічы, колькі часу табе трэба, каб напісаць пэўны тэкст. І на гэты час проста адключыся. Калі працуеш у „кампутарнай зале” і вакол шмат суседзяў, якія гэтаксама завіслі ў стане паміж дзвюма думкамі — якая ж добрая тэма і чаму я ўжо гадзіну не магу пачаць пісаць, — то схавайся ў навушніках. Толькі не ў такіх маленечкіх, якія засоўваюцца ў вушы. Няхай навушнікі будуць вялікія, каб не проста заглушалі гукі, але і былі сігналам для іншых — я працую, не чапляйцеся да мяне! Праз пару дзён у рэдакцыі прызвычаяцца, што калі ў цябе на галаве навушнікі — ты працуеш, і падыходзіць можна толькі калі ты скончыш тэкст. Альбо калі будынак рэдакцыі раптам пачне развальвацца.

А калі скончыш пісаць, парадуй сябе ўзнагародай. Калі паліш — папалі, калі п’еш… ну не, не перагінай — зрабі сабе кавы. Зрабі штонебудзь прыемнае для сябе. Вядома, прапарцыйна да зробленай працы. Не варта ладзіць карпаратыў ці замаўляць торт, калі навіна пра ДТЗ гатовая. Але калі здаеш рэпартаж, даследаванне, матэрыял свайго жыцця — зрабі сабе невялікае свята. Дай сабе тое, што ты сапраўды любіш. Бо заслужыў. У прынцыпе будзе добра, калі, не раўнуючы сабака Паўлава, ты пачнеш пускаць сліну на самую думку пра такое свята. Няхай гэта будзе дадатковы выспятак на шляху да мэты.

Не намаўляй сам сябе, што тваёй увагі хапае на ўсё. Гэта міф. Не кажы, што можаш рабіць некалькі справаў адначасова. Лухта. Сканцэнтруйся на адной справе і зрабі яе якасна. А пасля пераходзь да наступнай. Гэта не значыць, што, пішучы рэпартаж, ты не

маеш права ўставаць з-за стала цэлы тыдзень. Калі трэба рабіць нешта яшчэ — а ў мясцовай газеце заўсёды штосьці знойдзецца — падзялі заданні на этапы. Прызнач сабе час, які ты прысвяціш заданню. І толькі пасля бярыся за наступнае.

Калі рэдактар за табой сочыць

Ніхто не дасць табе гатовых рашэнняў. Але паспрабуй выпрацаваць у сябе ўласныя спосабы і навыкі, якія табе дапамогуць. Бо праўда такая: нават калі ты працуеш у рэдакцыі, дзе хтосьці выдумаў, што журналіст павінен адсядзець на працы ад 9 да 18, то ты ўсё роўна мусіш сам заняцца гэтым часам. Як бы ўпарта рэдактар ні сачыў за тваёй працай — час прабяжыць паміж пальцамі, калі ты ім не зоймешся.

Апраўданняў шмат. Хаця б гэткія:

- Мусіш патэлефанаваць інфарматарам. Трэба спачатку паразмаўляць аб глупствах, каб у канцы на эмоцыях выцягнуць найважнейшае. Гадзіна-дзве пляткарства? Нічога складанага. Асабліва калі чыноўнік, прэс-сакратар, дырэктар — твой аднакласнік. А гэта далёка не дзіва ў мясцовай газеце.
- Прагляданне электронных скрынак, старонак установаў у інтэрнэце — некалі ж мусіш гэта рабіць, бо таксама важная крыніца інфармацыі. Вышукванне інфармацыі можа заняць яшчэ гадзіны дзве? Так, у прынцыпе гэтых установаў цяпер так шмат. І кожная з іх яшчэ мае электронны адрас, пошту, старонку ў сацыяльнай сетцы.

- Госць у рэдакцыі. Свята! Прыходзіць чытач з праблемай! Ідэальная сітуацыя, бо, не здымаючы пантофляў, ты можаш мець новы тэкст. Проста пару тэлефонных званкоў да адказных асобаў — і ўсё. Калі ўважліва падыходзіць да праблемы, усё павінна атрымацца на месцы, і ты пабачыш праблему знутры. І калі рэдакцыя настойвае на дзяжурствах — лічыш гэты парадак правільным.

- Мазгавы штурм з калегам за суседнім сталом. Ну трэба ж абмеркаваць важную тэму. Яшчэ просьбы, парады, бясплатная кансультацыя — і ты ўжо ўсё ведаеш. Ведаеш, што ўжо і час ісці дамоў. З пачуццем старанна выкананага абавязку, які палягаў на тым, каб адседзець працоўны дзень. Менавіта адседзець, бо часта выніку працы не відаць.

Пяць запаведзяў рэдакцыі

Ведаю, што планаванне ў нашай прафесіі — гэта ваджэнне пальцам па вадзе. Але прынамсі паспрабуй. Ёсць некалькі спосабаў. Усе яны больш-менш праверарыя, але я ўпэўнены, што іх можна выкарыстаць у кожнай рэдакцыі. Можна дадаваць да іх чарговыя падпункты, развіваць, разбудоўваць. Але пачні з гэтых пяці досыць агульных ідэяў. Паспрабуй выкарыстаць іх на практыцы. І паглядзі, што зменіцца.

- Вызнач для сябе, і лепей зрабі гэта, выходзячы з рэдакцыі ўвечары, — якія справы мусіш зрабіць заўтра, што можна адкласці

на потым, што перадаць для выканання іншым. Прыярытэтныя справы запішы на паперцы, зазнач, колькі часу трэба на іх рэалізацыю. Да кожнай дадай пэўны запас часу, на ўсялякі выпадак, бо часта часу бракуе. А калі час застанецца — можаш узнагародзіць сябе шпацырам альбо пачаць рабіць наступнае заданне і раней скончыць усю працу на дзень.

- Пачні дзень кароткім заданнем, якое можна хутка скончыць. І не правярай электронную скрыню ў самым пачатку дня. Лепей напішы нататку на якую-небудзь лёгкую тэму, напрыклад, пра Дзень гарохавага супу, які ладзіў гарадскі клуб „Тых, каму за 70". Усё роўна пра іх давядзецца напісаць раней ці пазней. Ад таго, што ты не кінешся адразу правяраць скрынку, свет навокал не разбурыцца. А ты будзеш задаволены, што пачаў дзень так лёгка. Паспрабуй і пабачыш, які гэта пазітыўны выспятак на цэлы дзень!

- Вызнач сабе час на прагляд пошты і сацыяльных сетак. 2—3 разы ў дзень. І вызнач сабе час, калі адказваеш на паведамленні. Навошта кожны раз адрывацца ад працы, калі бачыш новае паведамленне? Калі мусіш — прачытай, каб ведаць, у чым рэч, але адказвай на ўсе адразу, напрыклад, а 12-й гадзіне. Выключэнне толькі калі справа сапраўды тэрміновая.

- Спрабуй адключыцца ад свету навокал на час напісання тэксту ці рэалізацыі канкрэтнага задання. Дай сабе паглыбіцца ў тое, што робіш.

- Ствары асабістую сістэму ўзнагародаў за зробленую працу. Радуйся сваім дасягненням. Калі ты сам сябе не ацэніш па заслугах, гэтага ніхто не зробіць.

Нічога новага? Зразумела. Можна знайсці яшчэ тысячы парадаў, ідэяў і народных мудрасцяў, якія тычацца арганізацыі часу. Пэўна, ты і сам маеш уласныя рытуалы, звычкі, ідэі. Спрабуй, карыстайся імі, выпрацоўвай новыя. Бо ніхто не ведае спецыфікі гэтай працы лепш за цябе. Ніводны трэнер ці ментар не зробіць гэтага за цябе.

3. Team building, альбо Як пабудаваць рэдакцыйны калектыў

Інвеставанне ў людзей важнейшае, чым купля новага абсталявання ці тэхнікі. Варта пра гэта памятаць, плануючы кіраўніцтва рэдакцыяй.

Памятаю размову з рэдактарам адной з мясцовых газет шмат гадоў таму. Ён назваўся з імем па бацьку, рабіў ураджанне важнага рэдактара, кіраўніка. Пераконваў, што супрацоўнік мусіць працаваць як гадзіннік, а рэдакцыя — як дакладны механізм, які не можа функцыянаваць без кантролю. Жорсткага кантролю. Адсюль вынікаюць частыя змены пасадаў. Бо журналіст павінен ведаць, што калі здаў тэкст надта позна ці напісаў слабы матэрыял, то гэта можа пагражаць звальненнем. І журналістаў звальняюць. За дробязі. Пасля ён назваў лічбу — колькі людзей прайшло праз яго выдаўніцтва. Некалькі дзясяткаў людзей за некалькі гадоў! Бо дысцыпліна абавязкова мае быць, але мала хто можа адпавядаць завышаным патрабаванням і чаканням рэдактара.

Больш я яго не сустракаў. І не памятаю ўжо назвы ягонай газеты, але перакананы, што яна не магла існаваць доўга пры такой сістэме арганізацыі працы. Тое, што прыдатна на фабрыцы цвікоў (хаця і ў гэтым сумняюся), не мае ніякіх шанцаў у працы, якая патрабуе разважання, заангажавання і дадатковага часу, хоць бы хвіліны, па-за афіцыйным рабочым графікам.

Рэдакцыя — гэта арганізм, які жыве, органы якога супрацоўнічаюць. Ён рэагуе на падзеі і мусіць мець разумнае кіраўніцтва. У рэшце рэшт, ён патрабуе пазітыўных стымулаў, каб выдаць нешта большае, чым справаздача з конкурсу на найпрыгажэйшы агарод.

Клапан бяспекі

Адмысловыя фірмы, якія прапануюць бізнэс-семінары, могуць зладзіць мноства інтэграцыйных мерапрыемстваў. Можа падавацца, што гэта толькі мода, трэнд, выгадны для мэнэджэраў, якія пасля працы хочуць адпачываць на вечарыне. Калі да гэтага дадаць распаўсюджаныя меркаванні аб карпаратывах, а таксама відэа, якія паказваюць іх як бясконцыя алкагольныя пасядзелкі, — пасля няма чаго дзівіцца, што мала хто ўспрымае такія бізнэс-семінары сур’ёзна. Асабліва гэта тычыцца невялікіх мясцовых рэдакцыяў, у якіх вагу мае кожны грош, які трэба патраціць сэнсоўна.

Ці сапраўды праведзеныя разам выходныя для рэдакцыйнага калектыву — гэта фанабэрыя? Што яны маюць агульнага з кіраўніцтвам рэдакцыяй?

— Інтэграцыйныя мерапрыемствы — гэта абавязковы элемент кожнага паважанага прадпрыемства. Гэта такі клапан бяспекі, які дазваляе зняць напружанне ў фірме, прыбраць негатыўныя эмоцыі і палепшыць атмасферу, — чытаем у матэрыялах трэнінгавай кампаніі Lauren PESO Polska. *— Узнагарода за добрыя вынікі, спосаб адарвацца ад штодзённасці — святое права кожнага супрацоўніка. Праблема ў тым, што кіраўнікі многіх фірмаў бачаць карпаратывы менавіта такімі, як іх апісалі вышэй. Глядзяць на іх як на мэту і сродак адначасова, быццам на асобную частку жыцця фірмы, ніяк не звязаную са звыклым рытмам працы. Такі прыемны бонус, за які падначаленыя павінны быць абавязкова ўдзячныя. А некаторыя лічаць, што карпаратыў — гэта непатрэбная раскоша. Ці так гэта? Ці вечарыны, мерапрыемствы, выезды на прыроду — толькі вішанька для ўпрыгожвання працоўнага торту? А можа гэта асноўны складнік цеста?*

Мне падаецца, што рэцэпт паспеху мясцовай газеты такі: трымацца праверанага складу супрацоўнікаў і клапаціцца пра добрыя дачыненні між імі. Гэта не значыць, што ў калектыве мусіць быць ідылія. Але не трэба даводзіць да сітуацыі, калі ў рэдакцыі немагчыма працаваць.

Трэба размаўляць паміж сабой, якой мы бачым газету, пра свае слабыя і моцныя бакі, пра магчымасці і небяспекі. Нават тады, калі мы дзесьці на прыродзе расслаблена п’ем піва. Вось гэта і ёсць team building — пабудова каманды.

— Сэнс team building — выпрацаваць калектыўны пункт гледжання, а таксама навучыцца выкарыстоўваць калектыўны розум, каб з яго дапамогай вывучаць і вырашаць праблемы, — кажа Каміла Слёнзак на трэнінг-партале Treco. — *Група, якая прыходзіць на трэнінг, як і кожная арганізаваная група, мае сваё псіхалагічнае поле, ад якасці якога залежаць яе творчыя і працоўныя магчымасці. Псіхалагічнае поле — гэта тое, што стварае эфект сінэргіі. Калектыўны розум групы — гэта нешта большае, чым проста сума ведаў і навыкаў усіх яе ўдзельнікаў, гэта вынік з’яўлення новай якасці. Калі групай правільна кіраваць і ствараць добрую атмасферу для працы, то падчас team building яна выкарыстоўвае мазгавы штурм. Лідэры, якія з’яўляюцца самі сабой, скіроўваюць групу да крэатыўнасці і эфектыўнасці. Нельга пазбегнуць канфліктаў і непаразуменняў, творчага напружання і няроўнасці, але з канфліктаў таксама трэба выходзіць творча, робячы з паразаў крыніцы навучання і досведу.*

Не трэба наймаць спецыялістаў, а пагатоў запрашаць калектыў у найдаражэйшы SPA-салон. Арганізуйце пасядзелкі пры агні, сумесны выезд на прыроду. Часам атрымліваецца арганізаваць мерапрыемства ў межах рэкламнага бартэру. Але гэта сапраўды варта рабіць, хаця б дзеля таго, каб зірнуць на сваіх супрацоўнікаў з іншага гледзішча.

Чалавечы капітал

На жаль, многія ўсё яшчэ ўпэўненыя, што найлепшая інвестыцыя для фірмы — гэта новае абсталяванне і тэхніка. Паняцце „інвеставанне ў людзей" часта застаецца цьмяным і чужым. Асабліва падчас крызісу — нават калі нехта скажа, што крызісу няма ці што мы з яго ўжо выйшлі. І таму куды часцей можна пачуць, як рэдактар гаворыць супрацоўніку, што ягоная шуфляда забітая рэзюмэ ад ахвочых працаваць у рэдакцыі, чым словы, скіраваныя на пабудову калектыву.

Але гэта варта рабіць, каб павысіць эфектыўнасць. І пачаць ствараць Калектыў Рэдакцыі замест выпадковай мяшанкі індывідуалістаў.

Інтэрнэт-выклікі перад выдаўцом мясцовай газеты і парталу

Аліцыя Маленда

„Przełom"

Паколькі мы яшчэ не маем навуковай ступені ў гэтай справе, то эксперыментуем, як і буйныя выдаўцы. Вучымся кіраваць кантэнтам так, каб гэта адпавядала інтарэсам газеты і парталу.

Гаворка пойдзе пра тое, як інтэрнэт змяняе мой (а таксама іншых выдаўцоў лакальных газет) падыход да магутнай канкурэнцыі, якую сусветнае сеціва складае нам у перадачы інфармацыі, у тым ліку мясцовай. І пра тое, як мы спраўляемся з гэтай канкурэнцыяй.

1. Інтэрнэт — вораг і сябра

Цягам апошняй чвэрці стагоддзя, — столькі гадоў існавання налічваюць 15 газет, што з'яўляюцца сябрамі Асацыяцыі выдаўцоў лакальных газет (АЛГ), з якімі я звязаная, — незалежныя мясцовыя штотыднёвыя газеты стабільна развіваліся.

„Przełom"

Штотыднёвая газета Хшанаўскага рэгіёна выходзіць без перапынкаў ад 1990 года. Адна з найбуйнейшых мясцовых газет у Польшчы. Пад той самай назвай апошнія дзесяць гадоў існуе інтэрнэт-партал przelom.pl (найлепшая інтэрнэт-старонка мясцовай газеты ў конкурсе Асацыяцыі лакальных газет „Local Press 2012").

У выдавецтве „Przełom" працуюць 16 чалавек, у тым ліку дзесяць рэдактараў і журналістаў, якія працуюць для газеты ды інтэрнэт-парталу, двое вярстальнікаў, спецыяліст у маркетынгу і трое супрацоўнікаў рэкламнага аддзела і адміністрацыі. Выдавецтва стала супрацоўнічае з чатырма спецыялістамі (карэктар, спартыўны журналіст, дызайнер, мадэратар інтэрнэт-форума).

У фірмы ёсць свая прафесійная графічная студыя і лічбавая друкарня, якая дазваляе друкаваць невялікія наклады на замову, а таксама прамацыйныя матэрыялы для ўласных патрэбаў.

Адзінымі іх канкурэнтамі на рынку СМІ былі рэгіянальныя газеты, што належаць да заходніх медыя-холдынгаў, а таксама мясцовыя дадаткі да іх.

Да таго ж яны канкуравалі, як гэта шмат дзе працягваецца і да сёння, з выданнямі мясцовай улады. Апошнія забіралі ў асноўным нашых рэкламадаўцаў, чым займаюцца і цяпер, відавочна парушаючы закон.

Апошнія два гады мы трымаем у супрацы з майстрамі таксама стацыянарную ды інтэрнэт-краму рамесных вырабаў, сувеніраў і мясцовых прадуктаў (raznaludowo.pl).

Цягам 25 гадоў газету, інтэрнэт-партал і журналістаў шматкроць узнагароджвалі ды адзначалі на агульнапольскіх конкурсах. Адна з найважнейшых адзнак — Галоўная ўзнагарода IV конкурса фонда IDEE для незалежнай мясцовай прэсы (1998 год). Праз два гады фонд IDEE надаў газеце „Przełom” званне „Газеты дзесяцігоддзя“. У 2003 годзе мы атрымалі першую ўзнагароду на конкурсе Міністэрства аховы навакольнага асяроддзя для мясцовых газет, якія найбольш уплываюць на фармаванне экалагічнай свядомасці грамадства.

Але гэтыя два канкурэнты не выклікалі зніжэння продажаў нашай газеты.

Штотыднёвая газета „Przełom", выданнем якой я займаюся ад 1990 года, заўсёды годна выходзіла з сутычак з „папяровымі" канкурэнтамі. Атрымлівалася захоўваць і рэкламадаўцаў, і колькасць прададзеных экзэмпляраў на высокім узроўні — болей за 10 тысяч. Апошнія тры-чатыры гады „папера" прадаецца ўсё горш і горш, нягледзячы на тое, што мы стараемся павышаць узровень матэрыялаў, іх прыцягальнасць для чытача, паляпшаць і рабіць

Рэдакцыя можа ганарыцца таксама асабістымі дасягненнямі. У 2005 годзе выдавец Аліцыя Маленда атрымала Срэбную Нікэ — узнагароду кракаўскай кампаніі Alianz у катэгорыі „Медыя". Яе прысуджаюць людзям, якія сваім талентам, дасягненнямі і каштоўнаснай дзейнасцю паляпшаюць жыццё мясцовай грамады. Праз чатыры гады спадарыня Аліцыя атрымала званне „Заслужанай для Хшанаўскага павету" за „дакументальна пацверджаныя адмысловыя заслугі" перад паветам. Цяпер яна займае пасаду старшыні Рады выдаўцоў Асацыяцыі лакальных газет (АЛГ).

У 2012 годзе Анна Яргуз заняла першае месца ў конкурсе „Еўрапейскія фонды — сачы за зменамі" (у катэгорыі „мясцовая прэса"), які ладзіла Міністэрства рэгіянальнага развіцця.

больш сучаснай вёрстку. І гэта датычыць не толькі „Przełomu“, але і большасці агульнапольскіх і рэгіянальных інфармацыйных штодзённікаў, а таксама мясцовых тыднёвікаў.

У нашым выпадку падзенне продажу з году ў год яшчэ нядаўна складала некалькі працэнтаў. Цяпер жа, калі з'явілася шмат новых выданняў, лічба гэтая стала двузначнай.

Хто ў гэтым вінаваты? Бясспрэчна, інтэрнэт. Менавіта ён стаў наймацнейшым гульцом на медыя-рынку. Ён прымусіў змяніць філасофію мыслення аб продажы кантэнту праз сеціва. Прымусіў таксама інвеставаць у інтэрнэт-парталы і шукаць спосабы зарабіць грошы пры дапамозе гэтых парталаў.

У 2013 годзе прызавымі месцамі ў конкурсе АЛГ „Local Press 2012“ цешыліся адразу двое журналістаў газеты і стваральнікаў інтэрнэт-парталу. У гэтым жа годзе ў конкурсе музея Варшаўскага паўстання імя Яна „Аноды” Радовіча перамаглі двое герояў рэпартажу нашай журналісткі Эвы Соляк.

Ужо шмат гадоў рэдакцыя газеты „Przełom” супрацоўнічае з няўрадавымі арганізацыямі ў праектах, звязаных з перадачай выдавецкага і журналісцкага досведу ў краіны Усходняй Еўропы (Малдова, Украіна, Грузія, Беларусь), Цэнтральнай Азіі (Кыргызстан, Таджыкістан) і Туніс.

Варта адзначыць, што многія выдаўцы мясцовых газет, матэрыялы якіх сваім зместам у стане прыцягваць чытачоў, яшчэ спраўляюцца з новай сітуацыяй. Але горш атрымліваецца зарабляць грошы на рэкламе ў інтэрнэце. Таму большасць нашых парталаў — выданні ў дэфіцыце. І спроба змяніць гэтую сітуацыю — вялікі выклік для нас усіх.

2. Як доўга пратрымаецца папера

Ці ўвогуле ёсць сэнс ратаваць газету ад падзення папяровага накладу і як гэта рабіць? Сэнс ёсць, але рабіць гэта трэба з разуменнем таго, што наклад ужо ніколі не павялічыцца. Рэдкія выключэнні пацвярджаюць правіла.

Электронныя версіі мясцовых газет пачалі з’яўляцца недзе ў 1998 годзе. Тады мы стваралі іх толькі для таго, каб нашыя маленькія выдавецтвы прэзентаваць праз інтэрнэт. Адрасы, кантакты, інфармацыя пра рэдакцыю і рэкламны аддзел, цэннікі. Толькі такую інфармацыю мы давалі ў сеціва. Потым настаў час перадруку матэрыялаў з папяровай газеты ў яе электронную версію. Вядома, з пункту гледжання захавання папяровай газеты гэта выглядае як кардынальная памылка. Бо навошта чытач мусіць плаціць за тое (інфармацыю ў газеце), што ў інтэрнэце знойдзе бясплатна. Дзесяць, нават пяць гадоў назад ніхто з нас і не думаў, што нашыя парталы стануць асобнымі інфармацыйнымі сэрвісамі. Што на іх хутка пачне пераходзіць наш чытач і што парталы беспардонна будуць забіраць чытача ў папяровага выдання.

Мы разумеем, што сённяшнюю канкурэнцыю, свядома ці не, але мы стварылі самі. Хаця яшчэ два-тры гады таму мы, як выдаўцы парталаў, былі ўпэўненыя ў сваіх папяровых выданнях, бо падзенне накладу тычылася спачатку толькі агульнапольскіх і рэгіянальных газет. А нас — не. Аднак апошнія пару гадоў паказалі, што і мы не можам спаць спакойна, хоць перспектыву нашых папяровых выданняў на медыярынку дагэтуль бачым у пазітыўным святле.

3. Змена пакалення чытачоў і падыходу выдаўцоў

Пакаленне, якое вырасла на папяровай мясцовай прэсе, паволі сыходзіць. Жыхары невялікіх гарадоў ва ўзросце 50+ — гэта наш самы адданы чытач. Мы добра пра гэта ведаем, але, інвестуючы ў развіццё інтэнэт-парталаў, свядома заахвочваем людзей шукаць інфармацыю менавіта там. Часта мы нават скіроўваем іх у інтэрнэт, калі ў папяровай газеце рэкламуем сваю інтэрнэт-старонку.

Мы ведаем таксама, што маладое пакаленне не пазбягае мясцовых навінаў, але ўсё часцей шукае іх у інтэрнэце. Прычым карыстаецца не гэтулькі стацыянарнымі кампутарамі, колькі мабільнымі прыладамі. Калі мы хочам затрымаць моладзь на нашай старонцы, то мусім дастасаваць свой кантэнт да смартфонаў і айфонаў, якімі карыстаецца наш новы чытач.

Вось такім чынам тэхнічная рэвалюцыя прымусіла нас, выдаўцоў, стварыць у інтэрнэце цалкам новае СМІ з апірышчам на ўжо

вядомую назву газеты, каб задаволіць патрэбы штораз маладзейшых чытачоў.

Для выдаўцоў, выданні якіх існуюць на рынку СМІ ўжо больш за 20 гадоў, гэта вялікі маральны выклік, бо папяровая газета — справа цэлага іхнага жыцця. Некаторыя дагэтуль лічаць, што іх місія ў тым, каб бараніць „паперу". Але такі падыход не мае ўжо ніякіх аргументаў.

Выдаўцы, больш адкрытыя для новых тэхналогій, не баяцца неабходнасці здабываць веды пра новыя СМІ. Вучацца разам са сваімі супрацоўнікамі, стараюцца інвеставаць у інавацыйныя тэхнічныя прыёмы. Вучацца падаваць інфармацыю такім чынам, каб папяровае ды інтэрнэт-выданне маглі суіснаваць і не знішчаць адно аднаго.

Гэта адзіны шлях, які дазволіць захаваць „паперу" і замацаваць назву газеты на рынку СМІ.

Тыднёвік „Przełom" ужо двойчы пытаўся ў наведнікаў свайго партала, як часта яны бяруць у рукі папяровую газету. Адказы сведчаць, як хутка і незваротна расце колькасць тых, хто шукае мясцовыя навіны толькі ў інтэрнэце. Гэта найлепшы аргумент за тое, што нас там павінна быць усё больш.

„Przełom” — штотыднёвая газета Хшанаўскага рэгіёна ў лічбах

1210
столькі нумароў папяровага выдання „Przełom” пабачыла свет цягам 25 гадоў існавання газеты

105
столькі тэкстаў друкуецца ў сярэднім у кожным нумары газеты аб’ёмам 40—56 старонак

80
столькі фотаздымкаў і графічных матэрыялаў публікуецца цяпер у кожным нумары газеты

4. Даследаванні і яшчэ раз даследаванні

Яшчэ ніколі збор і аналіз звестак, якія тычацца чытачоў, не патрабавалі ад выдаўцоў мясцовых газет такой пільнай увагі. Мы сочым ужо не толькі за тым, як прадаецца папяровая газета, але і за наведваннем парталу, колькасцю сяброў у Фэйсбуку, узростам і полам нашых падпісчыкаў, за даходамі ад рэкламы і ў папяровай, і ў інтэрнэт-версіі. Аналізуем нават тое, колькі наведванняў мелі канкрэтныя матэрыялы.

13.000.000
столькі экзэмпляраў газеты „Przełom" выйшла на рынак цягам 25 гадоў яе існавання

96
столькі чалавек працавала ў выдавецтве „Przełom" цягам 25 гадоў

10
столькі журналістаў і рэдактараў працуе для папяровай і электроннай версіяў газеты цяпер

20
столькі чалавек сёння налічвае пастаянны рэдакцыйны калектыў

Важна, каб вынікі такіх аналізаў былі добра вядомыя не толькі нам, але і нашым супрацоўнікам. Без гэтага мы не зможам нічога памяняць, не зможа нарадзіцца новая ідэя. Вынікі даследаванняў і аналізаў — гэта ўсяго толькі база, на падставе якой мы праводзім тэхналагічныя новаўвядзенні, якія ў стане дазволіць сабе маленькая рэдакцыя. І гэта чарговы выклік.

Сам інтэрнэт, а асабліва такі каштоўны інструмент, як Google Analytics, дае нам бясплатны доступ да неверагоднай колькасці звестак наконт наведванняў нашага парталу, зацікаўленасцяў чытача кожную хвіліну. Дае магчымасць таксама хутка рэагаваць на рэдакцыйныя памылкі і недапрацоўкі.

Вельмі вялікай праблемай у той жа час з’яўляюцца прафесійныя і глыбокія даследаванні папяровай газеты, патрэбныя для буйных рэкламадаўцаў. Гэта аперацыя нудная і дарагая. Маленькая рэдакцыя не можа сабе гэтага дазволіць.

Разумеючы, наколькі і першыя, і другія даследаванні важныя для рэкламадаўцаў і медыя-холдынгаў, група польскіх выдаўцоў, згрупаваных вакол Асацыяцыі лакальных газет (АЛГ), знайшла рашэнне, прафінансаваўшы групавое даследаванне сваіх папяровых выданняў для сяброў АЛГ, якія ўдзельнічаюць у праекце супольнага пошуку рэкламы Tygodnik Lokalny. А два гады таму даследаванні пераняло ад АЛГ Рэкламнае бюро лакальных газет. Як і мінулым разам, аналіз праводзіў аўтарытэтны даследчы інстытут MillwardBrown.

Навошта аналізаваць чытальнасць папяровых газет і што паказваюць такія аналізы?

Як і ў выпадку інтэрнэт-парталаў, гэты інструмент неабходны для прыцягнення рэкламадаўцаў. Гэта патрэбна ва ўмовах падзення продажу папяровай газеты, бо зусім адмаўляцца ад яе мы не збіраемся.

З леташняга даследавання MillwardBrown вынікае, што мясцовая прэса ўсё яшчэ мае аўтарытэт. Аказалася, што нашыя тыднёвікі чытае 12,4% усіх палякаў, старэйшых за 15 гадоў. Працэнт тых, хто пацвердзіў, што чытае мясцовую прэсу, складае 19,5%, а

гэта 5,9 мільёнаў чытачоў. Гэта надалей сур’ёзная чытацкая сіла, неабыякавая для рэкламадаўцаў.

Мы як выдаўцы разумеем, што пакуль мы разам — мы сіла, таму ўдзельнічаем у фінансаванні такіх даследаванняў, адмаўляючыся ад нейкіх рэкламных магчымасцяў. Гэта адзін са спосабаў захаваць „паперу”. Вядома, нароўні з дасканаленнем нашага прадукта — нашых папяровых газет.

5. Сіла брэнду

Даследаванняў чытальнасці газет і наведвальнасці парталаў недастаткова, каб вызначыць для рэкламадаўцаў становішча нашых выданняў на агульнапольскім рынку.

Адмысловая Камісія прэсавых назваў, якая ўжо год дзейнічае пры Саюзе кантролю распаўсюду прэсы (СКРП), падрыхтавала новы метад прэзентацыі выдавецкіх марак. Сабраныя звесткі будуць даступныя рэкламным кліентам — сябрам Саюза са студзеня 2016 года.

Аднак не ўсе выдаўцы мясцовых газет уваходзяць у СКРП — арганізацыю, якая прапаноўвае новы метад прэзентацыі газет. Таму Рэкламнае бюро АЛГ парупілася, каб тыя выдаўцы, наклады і продажы якіх не кантралюе СКРП, таксама перадалі ў карыстанне інфармацыю пра сябе, каб паказаць аўтарытэт сваёй маркі. І гэта цяпер адбываецца.

przelom.pl у лічбах

6
столькі разоў цягам 10 гадоў змяняўся дызайн парталу przelom.pl

34.000 $
гадавы бюджэт przelom.pl (аплаты, інвестыцыі ў мадыфікацыю, аўтарскія ганарары) — 5% ад агульных выдаткаў фірмы

300
столькі фотаздымкаў, тэкстаў і відэаматэрыялаў з’яўляецца на przelom.pl у месяц

Як паказаць аўтарытэт і сілу свайго выдання? Паводле новых стандартаў, на гэта ўплываюць наклад і колькасць прададзеных асобнікаў, але таксама чытальнасць, то бок колькі чытачоў ахоплівае газета, цана папяровага і электроннага выдання, мабільнасць інтэрнэт-версіі.

Аўтарытэт стварае таксама выдавецкая дзейнасць (кнігі, брашуры, тэматычныя дадаткі да газеты, іншыя выданні), арганізаваныя газетай мерапрыемствы, конкурсы, апытанні, колькасць наведнікаў на гэтых імпрэзах, на кірмашах, канферэнцыях. Аўтарытэт газеты стварае колькасць унікальных наведнікаў парталу, папулярнасць у сацыяльных сетках, якая вымяраецца лічбаю сяброў і падпісчыкаў. Уплываюць на яго цэннікі, сістэмы зніжак і рэкламныя пакеты. А таксама прафесіяналізм і дасягненні супрацоўнікаў і кіраўнікоў.

1.457.805
рэкордная колькасць наведванняў парталу przelom.pl у студзені 2013 года, якая стала магчымай дзякуючы надзвычайным падзеям у рэігёне (страйк на мясцовай фабрыцы лакаматываў, пажар у камяніцы ў цэнтры горада, рэферэндум аб адстаўцы мэра горада Тшэбіня)

1.255.066
столькі наведванняў у месяц мае партал przelom.pl (18.V—17.VI.2015, даследаванне boneksmaga.pl на падставе звестак Google Analytics)

30.000
унікальных наведнікаў у месяц было на przelom.pl у 2008 годзе

Інфармацыя, якая паказвае аўтарытэт і сілу газеты, павінна быць даступная ў інтэрнэце. І выдаўцы мясцовых газет маюць быць адкрытыя на любую прапанову, умець прэзентаваць сваю газету адпаведным чынам, як робяць гэта ўсе вялікія газеты, — як медыябрэнд.

Рэкламнае бюро АЛГ, якое прадстаўляе інтарэсы 150 мясцовых тыднёвікаў, над такой прэзентацыяй працуе. Гэта дазваляе выдаўцам спакойна думаць пра будучыню сваіх папяровых газет і рэкламы як на паперы, так і ў інтэрнэце.

6. Як змагацца за рэкламу ў інтэрнэце

Адзін толькі Google Analytics, інструмент для маніторынгу наведвальнасці, пра які мы ўзгадвалі вышэй, не гарантуе рэкламнага поспеху нашых парталаў.

Нават некалькі мільёнаў праглядаў штомесяц ці шматтысячны натоўп падпісчыкаў у Фэйсбуку не запэўняць поспеху асобна ўзятаму выдаўцу. На рэкламным рынку ў інтэрнэце ёсць вельмі шмат моцных гульцоў, якіх адна мясцовая газета, нават найлепшая, ніколі не пераможа ў барацьбе за кліента.

Адсюль з'явілася чарговая ініцыятыва АЛГ — згуртаванне з мэтай знайсці рэкламу для нашых парталаў на агульнапольскім рынку. Гаворка ідзе пра дамову паміж выдаўцамі, каб стварыць агульную рэкламную прапанову. Яна грунтуецца на агульнай колькасці наведванняў парталаў нашых выдаўцоў: у групе наша сіла.

Такая аперацыя адбылася на пачатку 2015 году па замове АЛГ і была прафінансаваная выдаўцамі. У выніку з'явілася зводная інфармацыя пра салідныя рэкламныя магчымасці адразу 48 мясцовых газет. Да таго ж гэта паказала, хто мусіць больш за іншых заняцца ўмацаваннем пазіцыяў свайго парталу.

Мы разлічваем, што неўзабаве такая аперацыя дасць шчодры плён у выглядзе даходаў з так званай натыўнай (сітуацыйнай) рэкламы. Менавіта за ёю, на думку многіх экспертаў, будучыня інтэрнэту.

7. Кантэнт застанецца каралём

У канцы пагаворым пра змест, то бок кантэнт, на парталах мясцовых газет. Яго называюць каралём інфармацыі. Гэта фундаментальная тэма, бо попыт на мясцовыя навіны ў інтэрнэце — наша будучыня. Але варта памятаць, што наша будучыня — гэта і атрыманне грошай не толькі ад рэкламы, але і ад інфармацыйных матэрыялаў.

Першы крок на шляху да грошай — поўныя платныя электронныя выданні нашых газет, якія можна прадаваць праз партал. Такія продажы растуць, але павольна. Таму мы павінны быць гатовыя зарабляць на асобных матэрыялах, а ў будучыні — на абаненцкім карыстанні нашым парталам.

Некалькі гадоў таму, як і буйныя выдаўцы, мы прывучылі нашых чытачоў да вялікай колькасці бясплатнай інфармацыі, што было велізарнай памылкай. Цяпер мы павінны іх ад гэтага хутка адвучыць. Калі ў нас гэта не атрымаецца, то мясцовым парталам можа не хапіць адной рэкламы як крыніцы даходаў у сеціве.

115.868
унікальных наведнікаў у месяц было на przelom.pl (18.V—17.VI.2015, даследаванне boneksmaga.pl на падставе звестак Google Analytics)

8588
столькі падпісчыкаў мае профіль przelom.pl у Фэйсбуку (20.X.2015)

8542
колькасць зарэгістраваных карыстальнікаў форума przelom.pl (20.X.2015)

(звесткі Google Analytics і лічыльнікаў парталу)

Паколькі мы яшчэ не маем навуковай ступені ў гэтай справе, то эксперыментуем, як і буйныя выдаўцы. Вучымся кіраваць кантэнтам так, каб гэта адпавядала інтарэсам газеты і парталу. Што апублікаваць на партале, які de facto з'яўляецца штодзённым СМІ, а што прытрымаць для штотыднёвай газеты? У якой форме падаць матэрыял на паперы, а ў якой — у інтэрнэце? Пытанняў штораз больш. У адным можна быць упэўненым — гатовага рэцэпту палітыкі выдання ў гэтай сферы няма. Вядома, не кожны матэрыял пасуе для інтэрнэту, а калі пэўны тэкст трэба апублікаваць і ў газеце, і на партале, то рабіць гэта трэба па-рознаму. З досведу маёй газеты і парталу вынікае, што рабіць інакш будзе памылкай. Важна, каб гэта разумелі і выдаўцы, і журналісты.

8. Форумы і каментары

Інтэрактыўныя форумы на нашых старонках у інтэрнэце — гэта неацэнная крыніца інфармацыі аб рэаліях вакол нас. Да таго ж гэта месца выстаўлення адзнакі журналістам, што для многіх маладых аўтараў бывае непрыемна, бо адзнакі могуць быць неабдуманымі і катэгарычнымі.

І першае, і другое (крыніца інфармацыі і ацэнка) я ўсё ж назвала б вартасцямі інтэрактыўнасці нашых парталаў. Я паслядоўна заахвочваю журналістаў сачыць за выказваннямі на форумах і рэагаваць на іх, калі яны няправільныя. Заахвочваю таксама прызнаваць уласныя памылкі. Гэта вучыць пакоры і павышае стандарты нашай працы. Заахвочваю рэагаваць на просьбы чытачоў даць нейкую інфармацыю, калі журналіст можа атрымаць яе хутчэй, чым звычайны жыхар. Заахвочваю таксама, каб журналіст браў на сябе абавязак знайсці гэтую інфармацыю адказна. Гэта вельмі важна. Гэта дапамагае мацаваць пазіцыю газеты як паважнага медыя-брэнду. У такім выпадку поспех знаходзіцца ў руках супрацоўнікаў газеты.

Бывае, што інтэрактыўнасць парталаў становіцца для выдаўца сур'ёзнай юрыдычнай праблемай. Раней, калі чытач дасылаў у рэдакцыю папяровы ліст, мы маглі праверыць, ці гэта рэальны чалавек, маглі апублікаваць ліст або не. На тое, што з'яўляецца на форумах і ў каментарах, мы не надта можам уплываць, нават калі ёсць рэгістрацыя і строгія правілы карыстання форумам.

Выключэнне — папярэдняя мадэрацыя, але гэта рашэнне праблемы хутчэй для камікадзэ. Я гэтага не рэкамендую.

Законы, і не толькі польскія, усё яшчэ не паспяваюць за развіццём інтэрнэту. Таму спрэчкі з паліцыяй ці пракуратурай становяцца штодзённай справай для выдаўцоў. Паліцыя часта шукае аўтараў каментароў у інтэрнэце, якія парушылі асабістыя правы герояў публікацыі. Часам такога каментатара, калі ён не перайшоў межы дазволенай крытыкі, трэба бараніць, памятаючы пра свабоду слова. Але часам бывае, што трэба стаць на баку закона і перадаць паліцыі яго IP-адрас. Гэта вельмі цяжкія рашэнні.

Аўтары

Святлана Галоўкіна,

загадчыца агульнага аддзелу газеты „Вячэрні Бабруйск“. Скончыла факультэт журналістыкі БДУ. 10 гадоў працавала ва Украіне — уласным карэспандэнтам у газетах „КоммерсантЪ“, „Экономические известия“, РІА „Новый Регион“. У „Вячэрнім Бабруйску“ з 2014 года.

Зоя Хруцкая,

загадчыца аддзела інфармацыі „Рэгіянальнай газеты“ з 2012 года. Выпускніца БДПУ імя Максіма Танка. Скончыла Школу маладога журналіста (2012). Другое месца ў намінацыі „Дэбют“ у конкурсе “Вольнае слова“ (2013). Перамагла ў намінацыі „Найлепшы тлумачальны артыкул“ конкурсу „Найлепшая рэгіянальная газета года“ Асацыяцыі выдаўцоў рэгіянальнай прэсы „Аб'яднаныя Масмедыі“ (2013). Пераможца прэміі „Грамадзянская супольнасць у фокусе рэгіянальных СМІ“ ў намінацыі „Падзея“ ад Міжнароднага кансорцыума „Еўрабеларусь“ (2014).

Аляксандра Парахня,

карэспандэнт „Рэгіянальнай газеты“, з 2014 года — пазаштатны аўтар. Выпускніца факультэта журналістыкі БДУ, працягнула навучанне ў магістратуры Варшаўскага ўніверсітэта. Скончыла Школу маладога журналіста (2013).

Тамара Мацкевіч,

намесніца старшыні РГА „Таварыства беларускай школы“. З 1999 года займаецца грамадзянскай адукацыяй настаўнікаў. Каардынуе праграму „Настаўнік — Школа — Грамадства“.

Вольга Шыракаступ,

карэспандэнт газеты „Intex-press“. Выпускніца аддзялення журналістыкі МДУ імя Куляшова. У „Intex-press” з 2012 года: спачатку вучылася ў Школе маладога журналіста, пасля засталася працаваць. Другое месца ў намінацыі „Дэбют“ у конкурсе „Вольнае слова” (2014). Перамагла ў намінацыі „Соцыум. Грамадская журналістыка” конкурсу „Найлепшая рэгіянальная газета года” Асацыяцыі выдаўцоў рэгіянальнай прэсы „Аб’яднаныя Масмедыі“ (2014).

Юзэф Фігура

журналіст газеты „Tygodnik Podhalanski“, трэнер рэгіянальых медыя, аўтар блогу www.medialnie.info.

Аліцыя Маленда,

выдавец газеты „Przełom” і парталу przelom.pl. Старшыня Рады выдаўцоў Асацыяцыі лакальных газет.

Свая газета 2015

у дапамогу журналісту мясцовай прэсы

Укладанне Вольгі Мазуравай
Рэдактар Сяргей Рычавец
Карэктар Рыта Хорская
Пераклад Алесі Птушкі
Тэхнічны рэдактар Юрась Новікаў

Падпісана да друку 14.10.2015. Фармат 60x841/16.
Гарнітура Times. Папера афсетная. Наклад 200.

Издательство «Юстинус»
(г. Белгород, ул. Центральная, 103а)

Отпечатано: Типография «С-Принт»,
214020, г. Смоленск, ул. Шевченко, 71 оф. 48.